

# Мониторинг рынка

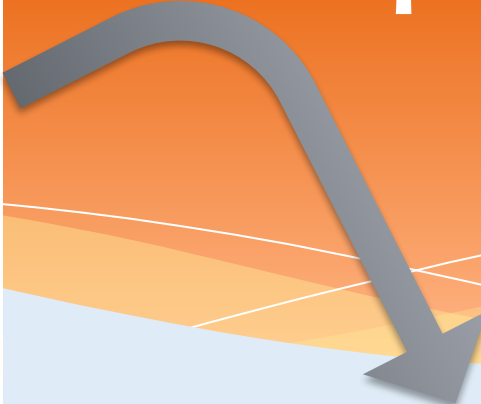


# Мониторинг

# рынка

необходим для эффективного  
управления бизнесом

позволяет отслеживать  
деятельность прямых  
конкурентов и их ценовую  
политику



бизнес можно  
подстраивать под  
основные тенденции  
анализируемого рынка с  
целью увеличения  
клиентской базы и  
прибыли  
соответственно

# Мониторинг рынка —

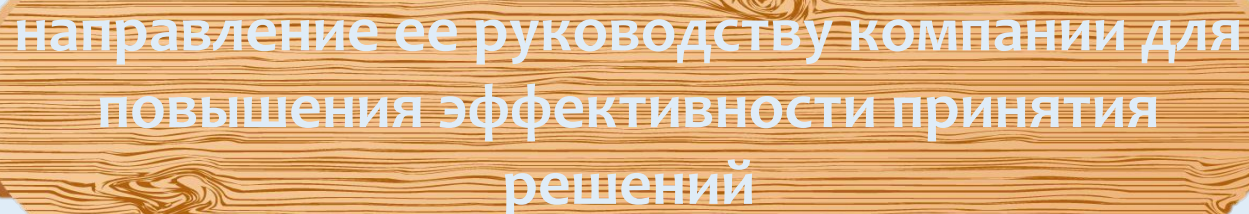
\* это непрерывный процесс,  
включающий



сбор  
информации о  
конкурентной  
среде



обработку и  
анализ этой  
информации



направление ее руководству компании для  
повышения эффективности принятия  
решений

# Концепция мониторинга рынка



# Анализ потребностей представителей целевой аудитории

\* можно корректировать

собственную ценовую политику

ассортимент продукции

месторасположение филиалов  
или офисов

проводимые акции и бонусные  
программы





# Анализ конкурентов

– это сложный процесс, который направлен на выявление их преимуществ.

Чем они лучше конкретной компании?

В чем недостатки их деятельности?

С какими поставщиками они работают?

В чем их основное превосходство?



# Обобщающий отчет рынка



Основа –  
сборы данных о поставщиках,  
объемах продаж с учетом  
реализации продукции  
конкурентов, об основных  
видах рекламы и других  
параметрах, которые в  
конечном итоге могут  
повлиять на деятельность  
компании.



# Процесс исследования рынка



1. СБОР  
ИНФОРМАЦИИ

2. ОБРАБОТКА  
ИНФОРМАЦИИ

3. НАПРАВЛЕНИЕ  
РУКОВОДЯЩИМ ЛИЦАМ



дальнейшего развития и построения стратегического плана дальнейшей деятельности компании.



# Основные функции мониторинга:

1. выявление состояния критических или находящихся в состоянии изменения явлений окружающей среды, в отношении которых будет выработан курс действий на будущее;



- 2. установка отношений с окружением, обеспечивая обратную связь, в отношении предыдущих удач и неудач определенной политики или программ;





3. установка соответствия  
правилам и конкретным  
обязательствам.



Спасибо за внимание!!