

Мониторинг рынка

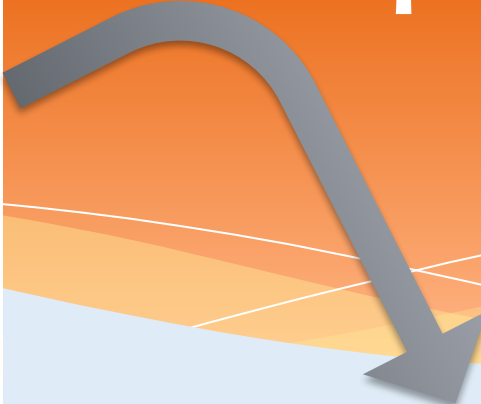


Мониторинг

рынка

необходим для эффективного
управления бизнесом

позволяет отслеживать
деятельность прямых
конкурентов и их ценовую
политику



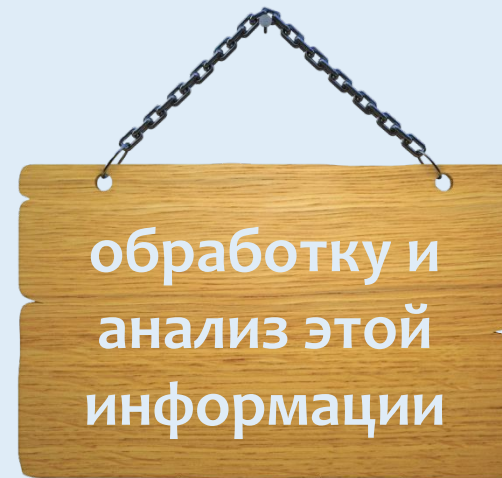
бизнес можно
подстраивать под
основные тенденции
анализируемого рынка с
целью увеличения
клиентской базы и
прибыли
соответственно

Мониторинг рынка —

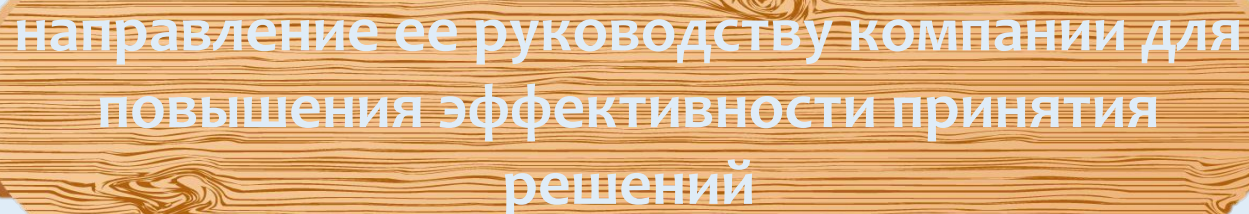
* это непрерывный процесс,
включающий



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

Входящие
сигналы



ПРОЦЕСС
ИССЛЕДОВАНИЯ
РЫНКА



Исходящие
сигналы

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;

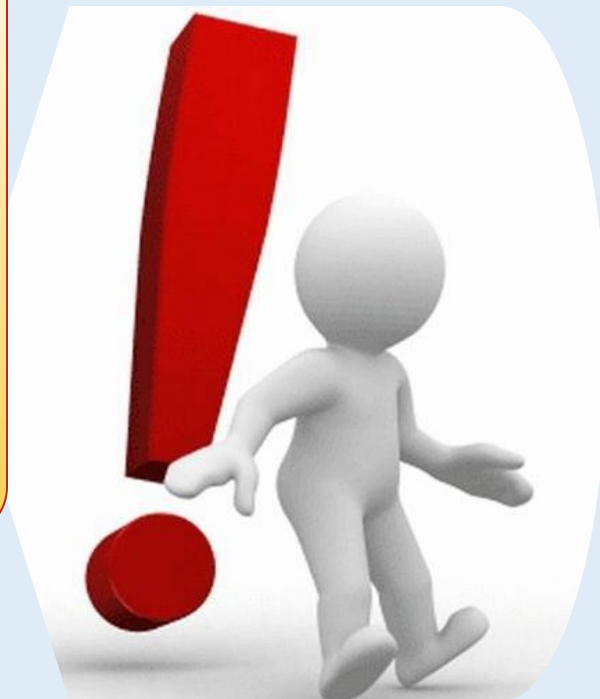


- 2. установка отношений с окружением, обеспечивая обратную связь, в отношении предыдущих удач и неудач определенной политики или программ;





3. установка соответствия
правилам и конкретным
обязательствам.



Спасибо за внимание!!