

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА



ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА

Условия рынка: покупатели более благосклонны к широко распространенным и недорогим товарам.

Основная идея: «Произвожу, что могу; что произвожу, то и продаю, и как можно больше».

Концепция:

- непрерывное улучшение процесса производства;
- массовое производство в целях снижения издержек, а, следовательно, и снижение цены товара, благодаря эффекту масштаба.

«ПЫШЕЧНАЯ» НА БОЛЬШОЙ КОНЮШЕННОЙ 25



«ПЫШЕЧНАЯ» СУЩЕСТВУЕТ С 1958 ГОДА И ДО СИХ ПОР ПОЛЬЗУЕТСЯ СПРОСОМ У ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



1960 г.



1982 г.



2016 г.

ЦЕЛЬ ЗАВЕДЕНИЯ

Произвести и продать как можно больше продукции при минимальных затратах, получив при этом максимальную прибыль



АССОРТИМЕНТ



- Пышка – 12 руб.
- Кофе с молоком – 18 руб.
- Чай с сахаром – 18 руб.
- Конфеты – 8-13 руб./шт.
- Прочие покупные продукты (соки, вода, квас)

**Ассортимент ограничен
Цены доступны для
широкого круга
потребителей**



КАЧЕСТВО И РЕПУТАЦИЯ



Несмотря на весьма узкий ассортимент и скромную обстановку, «Пышечная» на Большой Конюшенной на протяжении многих десятилетий остается одним из самых посещаемых предприятий подобного типа

ПРИНЦИПЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

- **Удовлетворить потребности как можно большего числа потребителей (массовость продукции).**
- **Ограниченный ассортимент (сосредоточение на определенном товаре и группе товаров: пельмени, пироги, пышки).**
- **Количество не должно влиять на качество (продукции должно быть не только много, она должна быть соответствующего качества).**

ПОСЕТИТЕЛИ СЫТЫ И ДОВОЛЬНЫ!



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!