

# 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!**