

МИНЩБР НАУКА
Российский Государственный Гуманитарный
Университете
Гуманитарный колледж

ПРОЕКТ СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ

"РУССКИЙ МЕТРАЖ"

Выполнила: Титова Анна Константиновна
Студентка: 301 группы
Специальность: Реклама

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

Цель проекта:

Успешное введение на рынок и повышение узнаваемости данной строительной компании.

Задачи:

- Составить анализ товара/услуги;
- Выявить особенности товара;
- Выявить прямых и косвенных конкурентов;
- Расчет аудитории;
- Составление ценообразование;
- Позиционирование;
- Продвижение на рынке;



ОСОБЕННОСТИ ТОВАРА/УСЛУГИ

Так как строительная компания “Русский метраж” молодая, но очень амбициозная, уже сумела произвести хорошее впечатление и зарекомендовать себя, как профессионал своего дела, она не завышает цены на свои услуги. И включает в область своих услуг всё необходимое и по-настоящему нужное, а именно:



PRODUCT. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА
ТОВАРА И УСЛУГ

ОСНОВНОЙ УСЛУГОЙ ЯВЛЯЕТСЯ:

- Постройка деревянных беседок;
- Деревянных домов;
- Внутренняя и внешняя отделка;
- Постройка деревянных лестниц;



ЛЕСТНИЦЫ, ВНУТРЕННЯЯ И ВНУТРЕННЯЯ ОТДЕЛКА ИЗ ДЕРЕВА:



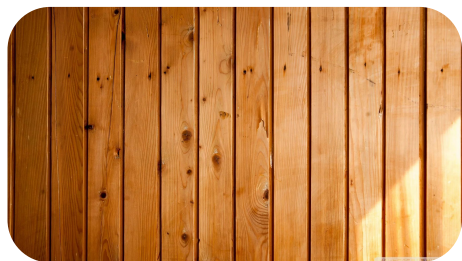
из бруса



из вагонки



из фанеры



деревянный обои



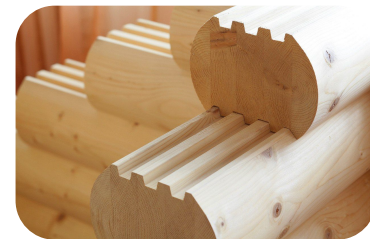
из спиля;

ДЕРЕВЯННЫЕ БЕСЕДКИ:



- Открытая;
- Цельный брус;
- Из клееного бруса;
- Полуоткрытая;
- Из профилированного бруса;
- Закрытая;

ДОМА ИЗ БРУСА:



ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

- Постройка деревянных беседок от 150000 р.
- Постройка деревянных домов от 1500000 р.
- Внутренняя и внешняя отделка от 50000 р.
- Постройка деревянных лестниц от 75000 р.



PLACE. ЗНАКОМСТВО И МЕСТО ПРИОБРЕТЕНИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ



PEOPLE. ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Люди, который хотят иметь уютное и спокойное место, где можно отдохнуть от городской суеты и серой повседневности.

Посвятить время себе, своей семье и близким. Собраться с родственниками и друзьями за большим столом на свежем воздухе.

Заняться своим любимым делом. Например, встать рано утром и пойти на рыбалку. Или всем семейством погулять по лесу, собирая грибы и ягоды. После прийти пить чаю или прохладный лимонад, в месте которое можно будет назвать - домом.



ОБРАЗ КЛИЕНТА:

- Мужчины/женщины;
- От 30 до 65 лет;
- Москва, Московская область;
- Молодые пары без детей/с маленькими детьми; семейные пары среднего возраста с детьми подростками; семейные пары пожилого возраста с детьми молодого возраста, которые хотят обустроить место своего отдыха или постоянного места жительства вдали от городской суеты; люди хотят постоять свой собственный дом или обустроить ландшафт своего участка, чтобы отдыхать с семьей и друзьями.



КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА

КОСВЕННЫЕ КОНКУРЕНТЫ

Banya mobi – компания занимается в основном строительством бань, но и дома тоже стоят. Слоган – “баня моба – будет жарко!”

Сайт: <https://banya.mobi/>



КОСВЕННЫЕ КОНКУРЕНТЫ

Rahat – строительная компания, которая занимается постройкой домов и баня “под ключ”.

Сайт: <https://taplink.cc/rahatstroim>



ПРЯМЫЕ КОНКУРЕНТЫ

METSATALO – современная строительная компания, воплощающая в жизнь любые проекты в сфере строительства и благоустройства с индивидуальным подходом к каждому клиенту.

Занимаются строительством каркасных домов, беседок и тд.

Сайт: <https://www.metsa.pro/>



ПРЯМЫЕ КОНКУРЕНТЫ

ТЕСЛЯР – бессменный лидер – гарант качественного, быстрого и доступного строительства **деревянных домов из клееного бруса и каркасных домов** в Московской области.

Сайт:

<https://tsrwood.ru/o-nas.html>



СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Продвижение в соц. сетях самый распространенный и быстрый на данный момент времени способ, чтобы повысить узнаваемость товара или услуги.

Для продвижение были выбраны такие соц. сети, как Facebook, Instagram и Яндекс.Джен (новостная лента). В них больше всего времени проводит целевая аудитория.



ПРЕСС И СМИ, PR

Также, чтобы расширить целевую аудитория и повысить узнаваемость (не все люди 60+ сидят в соц.сетях) необходимы публикации в СМИ, такие как газеты и печатное издание журналов, такие как: “Вечерняя Москва”, “Metro Москва”, журнал “Садоводство” и тд.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!