

АНАЛИЗ ОТРАСЛИ РЫНКА

А.А. Комарова

КТО ВАШ КЛИЕНТ?



Компания
(B2B)

Физ. Лицо
(B2C)

В2С - сегмент



В2С - сегмент



**СКИДКА по
ЭЛЬДО-ЧЕКУ**
до **100%**

на **УСЛУГИ**
6 мая – 30 июня

на следующие
ПОКУПКИ
3 июня – 30 июня

в розничных
магазинах

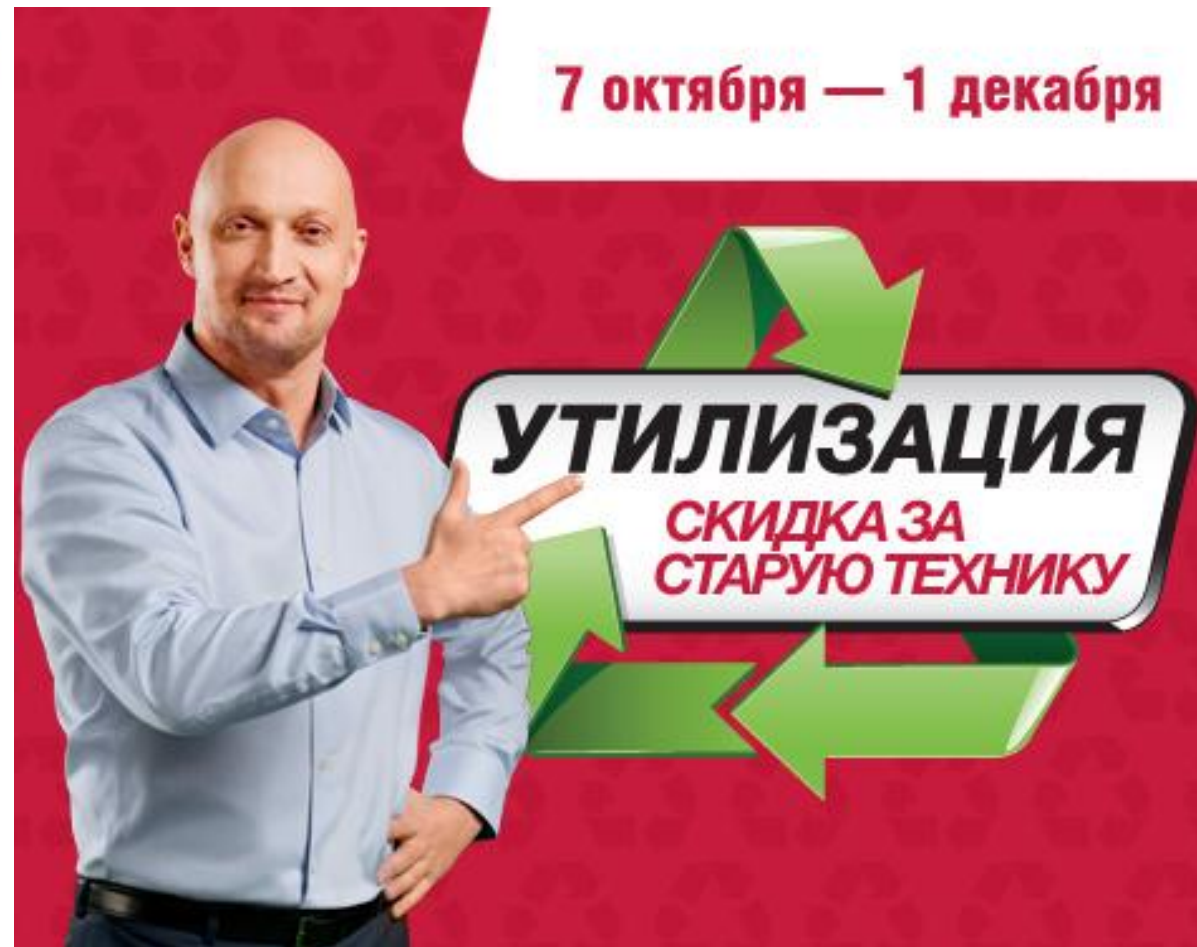


ЭЛЬДОРАДО №18
20/08/2014

**ЭТО
СЕНСАЦИЯ!**

**ДАЁМ
до 14 000
ЗА СТАРЫЙ
ТЕЛЕФОН**

**ПРИНИМАЕМ ЛЮБЫЕ
ТЕЛЕФОНЫ И СМАРТФОНЫ**



7 октября — 1 декабря

УТИЛИЗАЦИЯ
**СКИДКА ЗА
СТАРУЮ ТЕХНИКУ**

В2С - сегмент

УВИДЕТЬ

УСЛЫШАТЬ

ПРОЧИТАТЬ

ПОТРОГАТЬ

ПОНЮХАТЬ

ПОЧЕМУ Я ДАЛ ОБЪЯВЛЕНИЕ НА РАДИО???

А КЛИЕНТОВ НЕТ?

B2B - сегмент

**ПОЧЕМУ РЕКЛАМА НЕ
РАБОТАЕТ?**

В2В - сегмент



3 ЛПР

ЛИЦО ПРИНИМАЮЩЕЕ РЕШЕНИЕ

В2В - сегмент

ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

СНАБЖЕНЕЦ	ТЕХНИЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР

В2В - сегмент

ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

СНАБЖЕНЕЦ	ТЕХНИЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР	ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР
ЦЕНА	КАЧЕСТВО	ЦЕНА/КАЧЕСТВО

КТО ТВОЙ КЛИЕНТ?

ПОЛ?	М/Ж
Возраст	25-35 лет
Социальный статус	Выше среднего
Хобби	спорт
Семейное положение	Замужем/разведен

КТО ТВОЙ КОНКУРЕНТ?

Bench-маркетинг

Критерии	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	ВЫ
ИМЯ	10 баллов	7 баллов	3 балла	1 балл
Срок поставки	2 балла	5 баллов	6 баллов	10 баллов
Сайт	5 баллов	4 балла	8 баллов	9 баллов
Отношение к клиенту	1 балл	5 баллов	3 балла	10 баллов
ИТОГО	18 баллов	21 балл	20 баллов	30 баллов

SWOT-анализ

Возможности (O)	Угрозы (T)
<p>Расширение спектра услуг - 52 Привлечение квалифицированных кадров из других сфер деятельности -42 Использование репетиторского потенциала педагогов-предметников - 44 Возможность привлечения агентов - 40 Возможность трудоустройства выпускников- 41 Сопровождение клиентов, коучинг- 53 Возможность разработки тренингов по потребности клиентов 44 Диверсификация услуг 41 Привлечение студентов для тимбилдинга - 12</p>	<p>Неплатежеспособность клиентов- 52 Переориентация конкурентов на аналогичный вид услуги- 34 Изменение основ законодательства-14 ухудшающих положение в области предпринимательского дела-8 Быстро меняющаяся политическая обстановка в стране – 8 Недостаток клиентов - 46 Плохие продажи полного курса обучения - 34 Прекращение сотрудничества с органами местного самоуправления- 11 Перенасыщение рынка данным видом услуг -30 Конкуренты, которые занимаются приглашением популярных тренеров- 30</p>
Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<p>Квалифицированный персонал- 39 Личный контакт с клиентом-28 Индивидуальный подход-31 Хорошая фундаментальная подготовка-32 Использование в учебном процессе результатов научных исследований- 29 Диверсификация образовательного процесса-47 Совместная работа с органами местного самоуправления-37 Небольшие затраты на обучение- 37 Небольшой срок обучения- 34</p>	<p>Нехватка персонала-39 Нехватка оборотных средств-28 Недостаточная мотивация целевой аудитории-31 Узкая география-32 Задержка оплаты клиента-29 Скептическое отношение целевой аудитории к тренингам-46 Неузнаваемость бренда на рынке образовательных услуг-37 Недостаточный ассортимент предоставляемых услуг-37 Повторно клиент приходит через длительный период- 34</p>

SWOT-анализ

Вторым этапом будет количественная оценка сильных и слабых сторон, угроз и возможностей внешней среды (Таблица 14). На пересечении строк и столбцов ставится экспортная оценка значимости связи данного сочетания (3 – очень важный, 2 – важный, 1 – менее важный, 0 – отсутствие связи.) Таким образом мы получаем количественную оценку проблем, возникших на пересечении сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями внешней среды. Представим эти данные виде таблицы

SWOT-анализ

Внешняя среда Фирма	Возможности									Угрозы									
	О 1	О 2	О 3	О 4	О 5	О 6	О 7	О 8	О 9	T1	T2	T 3	T 4	T 5	T6	T 7	T8	T9	
Сильные стороны	S1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	1	1	2	2	1	1	3
	S2	2	0	2	3	3	3	3	1	1	2	1	0	0	3	2	0	1	1
	S3	3	2	2	1	3	3	3	2	1	3	2	0	0	3	1	0	2	0
	S4	3	3	3	1	1	2	3	2	1	3	2	0	0	3	2	0	1	2
	S5	3	2	2	1	2	3	3	2	1	3	1	0	0	2	1	0	1	2
	S6	3	3	3	3	3	3	3	3	0	3	2	3	0	3	3	2	3	3
	S7	3	3	3	2	3	3	1	3	0	3	2	3	3	1	0	3	1	0
	S8	3	3	3	3	1	3	2	3	0	3	3	0	0	3	3	0	2	2
	S9	3	2	1	3	1	3	2	2	1	3	2	0	0	3	3	0	3	2
Слабые стороны	W1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	1	1	2	2	1	1	3
	W2	2	0	2	3	3	3	3	1	1	2	1	0	0	3	2	0	1	1
	W3	3	2	2	1	3	3	3	2	1	3	2	0	0	3	1	0	2	0
	W4	3	3	3	1	1	2	3	2	1	3	2	0	0	3	2	0	1	2
	W5	3	2	2	1	2	3	3	2	1	3	1	0	0	2	1	0	1	2
	W6	3	3	3	3	3	3	3	3	0	3	2	3	0	3	3	2	3	3
	W7	3	3	3	2	3	3	1	3	0	3	2	3	3	1	0	3	1	0
	W8	3	3	3	3	1	3	2	3	0	3	3	0	0	3	3	0	2	2
	W9	3	2	1	3	1	3	2	2	1	3	2	0	0	3	3	0	3	2

SWOT-анализ

Из SWOT- анализа видно, что наиболее сильными сторонами предприятия является:

- 1) возможность диверсификации предоставляемых услуг;
- 2) квалифицированный персонал;
- 3) совместная работа с органами местного самоуправления и небольшие затраты на обучение.

слабые стороны:

- 1)Скептическое отношение целевой аудитории к тренингам;
- 2)Нехватка персонала;
- 3) Неузнаваемость бренда на рынке образовательных услуг;
- 4)Недостаточный ассортимент предоставляемых услуг.

возможности:

- 1)сопровождение клиентов, коучинг;
- 2) расширение спектра услуг;
- 3) возможность разработки тренингов по заказу клиентов.

угрозы:

- 1) Неплатежеспособность клиентов;
- 2)Переориентация конкурентов на аналогичный вид услуг;
- 3)Плохие продажи полного вида услуг.