



# 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

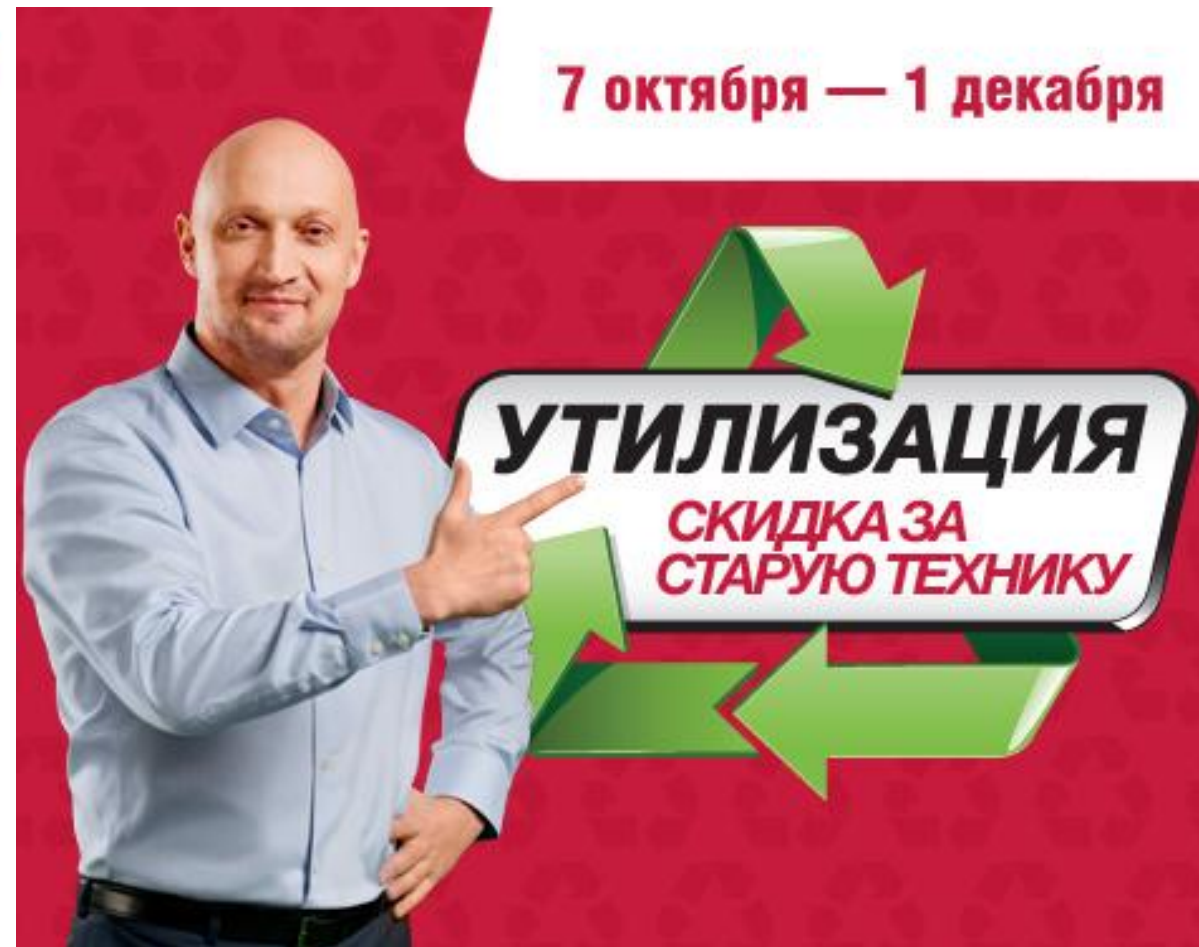


**ЭЛЬДОРАДО** №18  
20/08/2014

**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            Незнаваемость 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.