

# КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине

«Маркетинг»

Тема: «Стратегия  
позиционирования»

Работу выполнила студентка  
3 курса дневного отделения,  
Карнюшкина Ангелина  
Сергеевна

Научный руководитель:  
Абдуразаков Шамиль Исхакович

## ◆ Сущность, цели и критерии позиционирования:

В современных условиях все более усиливающейся и ужесточающейся конкуренции на рынке организациям становится все сложнее завоевывать потребителей. Потребители часто оказываются заваленными большим объемом разнообразной рекламной информацией относительно множества товаров и услуг. Естественная реакция сознания потребителя в таких условиях - это защита путем фильтрации поступающей информации.

◆ Каждая компания должна дифференцировать свое предложение путем создания уникального набора взаимосвязанных конкурентных преимуществ, привлекательных с точки зрения представительной группы в рамках данного сегмента

◆ После того, как компания идентифицировала множество возможных конкурентных преимуществ, которые могут быть положены в основу позиционирования, она должна осуществить правильный выбор наиболее существенных конкурентных преимуществ и суметь эффективно донести выбранную позицию до рынка. Для этого необходимо ответить на вопрос, какая конкретно стратегия будет использоваться для позиционирования.

# Общая характеристика предприятия

## ЗАО "Очаково". ОЧАКОВО

Крупнейшее 100 % российское предприятие пиво-безалкогольной отрасли без участия иностранного капитала

Лидер рынка натурального кваса и слабоалкогольных коктейлей.

Суммарные мощности всех пиво-безалкогольных заводов «Очаково» рассчитаны на выпуск 260 миллионов декалитров напитков ежегодно.

Пивоваренные заводы в нескольких городах России — в Москве, Краснодаре, Тюмени, Пензе.

10 предприятий, построенных «с нуля».

Собственные солодовенное и сельскохозяйственные предприятия.

Собственные виноградники на Таманском полуострове и завод по производству натурального вина «Южная винная компания» - ведущее предприятие Краснодарского края.

На пивном рынке компания представлена такими брендами как «Очаково», «Очаково Премиум Чёрное лёгкое», «Очаково Премиум Светлое», «Ячменный колос», «Kaltenberg», другими марками и рядом региональных сортов.



# Позиционирование напитка «Ячменный колос» из портфеля ЗАО «Очаково»

- ◆ Рецепт пива «Ячменный колос» был разработан еще в конце 70-х. Напиток основан на исконно русских пивоваренных рецептах, его любили все поклонники пенного напитка в СССР. Однако вместе с Союзом кануло в лету и пиво «Ячменный колос». И лишь 15 лет спустя, специально к открытию пивоваренного производства в Краснодаре, «Очаково» решило возродить марку. Улучшив классическую рецептуру, очаковские пивовары создали светлое, солнечное пиво с незабываемым свежим вкусом. «Ячменный колос» сразу обрел старых и новых почитателей и стал визитной карточкой завода «Очаково» в Краснодаре.
  - ◆ Вскоре популярность напитка перестала ограничиваться границами Краснодарского края – марка вышла на федеральный уровень. Так, в 2003 году «Ячменный колос» появился и на своей «исторической родине» – в Москве. И с тех пор продается на всех территориях присутствия компании «Очаково»
- В позиционировании и продвижении напитка основной упор делается на традиционализм и проверенное качество продукта



# Позиционирование напитка «Companita» из портфеля ЗАО «Очаково».

Новинка премиум сегмента Companita позиционируется как модный напиток и незаменимый атрибут клубной жизни. Дизайн новинки разработан европейскими специалистами - бутик-мануфактурой Furstentum

Стратегия позиционирования будет опираться, прежде всего, на сегмент HoReCa, в качестве инструментов будут затронуты интерактивные платформы, наружная реклама, реклама в life-styleСМИ

Первым из мероприятий позиционирования стала вечеринка, приуроченная к празднованию Halloween'a в одном из самых популярных ночных клубов Москвы - Arena Moscow. Во время мероприятия на сцене танцевали девушки, похожие на моделей, изображенных на банках с коктейлями, а вся клубная площадка "Арены" была забрендирована соответствующим образом.



# Заключение

*Позиционирование* - это логическое продолжение и завершение процесса сегментации рынка и исходный момент для детального планирования и программировании комплекса маркетинга.

В результате проделанной работы я поняла, что позиционирование товара является довольно сложной работой для организации, которая предусматривает использование особых стратегических подходов, методических приемов, аналитических исследований. Правильно спланированная и профессионально осуществленная работа по позиционированию товара позволяет компании уверенно работать на рынке и занимать на нем прочные конкурентные позиции.