



# «Авто-China»

Выполнила: Дмитриева Д.,  
группа ЭП-41



# «Авто-China»

- это магазин автозапчастей, специализирующийся на продаже автозапчастей для китайских марок автомобилей.

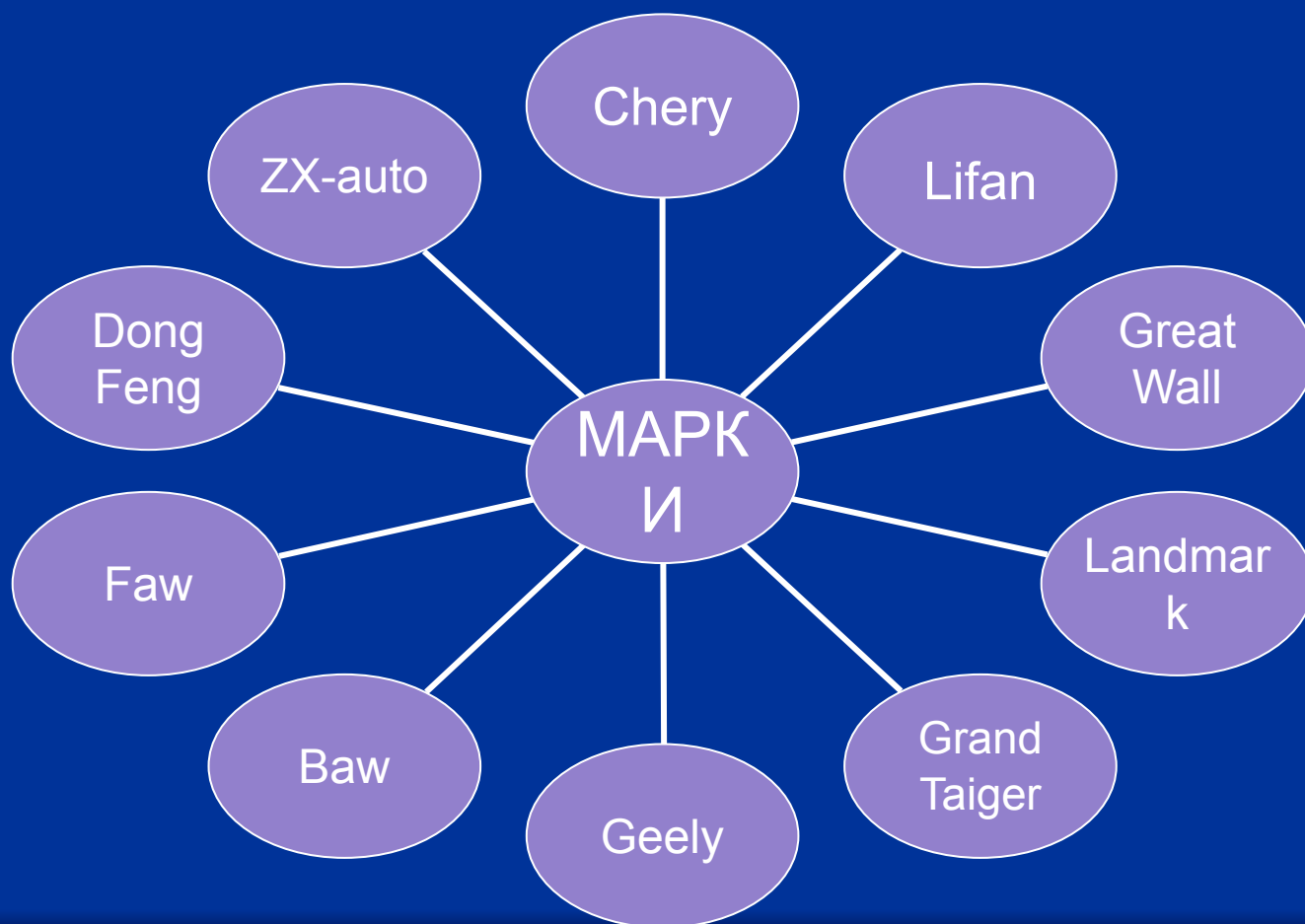
## Цель:

получение прибыли и удовлетворение потребностей покупателей.



# Характеристика продаваемой продукции

- Фирма «Авто-China», предлагает автозапчасти для следующих китайских марок автомобилей:



# Характеристика продаваемой продукции

Ассортимент предлагаемой продукции «Авто-China» очень широк и разнообразен:

- бампер задний,
- бампер передний (круглый),
- датчик скорости,
- заглушка бампера,
- зеркало,
- колодки тормозные (задние и передние),
- ремень гидроусилителя,
- решетка радиатора,
- фары,
- фонари,
- диск сцепления,
- термостат,
- амортизаторы,
- фильтры,
- брызговики,
- рулевой наконечник тяги,
- катушка зажигания,
- капот,
- ручки двери,
- натяжитель цепи,
- сальники,
- пыльники,
- свечи зажигания и др.



# Поставщики

- Хотя Фирма не так давно на рынке (с 16.03.2009 г.), но у нее уже сложились довольно-таки прочные и надежные связи с поставщиками. Фирма сотрудничает как с отечественными поставщиками, так и с зарубежными.
- Основные поставщики «Авто-China»:

## 1. Новосибирск

- «Пекинский джип»

## 2. Нижний Новгород

- «Проект ZX»

## 3. Москва

- «АвтоПекин»

- «AD-K»

- «Centricar»

- «Ниолан»

- «Альянс-Авто»

- «Азиамобиль»

- «Диаматрис»

- «Chin-China-Car»

- ЗАО «ЧериРус»

- «Агатол»

- «Цитрон»

## 4. Екатеринбург

- «ООО-KS»

- «ИнфорАвто»

## 5. Самара

- «Автощит»

## 6. Иркутск

- ИП «Ахтореев»

## 7. Китай

- «Шень-Янь»

- «Гуанд-Джоу»

# Партнеры

- Одним из преимуществ Фирмы является наличие партнеров. Сотрудничество с другими компаниями дает ряд дополнительных возможностей, привлекает определенное количество потенциальных покупателей.
- Первым партнером «Авто-China» является *автомастерская «Мастер»*. Здесь для клиентов Фирмы предоставляется кузовной ремонт, покраска автомобилей, установка запчастей и многое другое со скидками.
- Также партнером является *автотехцентр «Драйвер»*. Как и автомастерская, он предоставляет ряд услуг, позволяющих клиентам «Авто-China» получить необходимый сервис по выгодным ценам со скидкой.

Наличие партнеров свидетельствует и о том, что «Авто-China» продает качественную продукцию, и кроме того, это является залогом надежности для клиентов и поддержкой на рынке автозапчастей в конкурентной борьбе.



# Основные потребители

Основными покупателями «Авто-China» являются:

- Физические лица – владельцы китайских марок автомобилей.
- Сервисы – закупают автозапчасти для обслуживания клиентов непосредственно в своем автосервисе.
- Магазины автозапчастей в Пермском крае – «Авто-China» поставляет в некоторые города Пермского края необходимые запчасти.



# Основные конкуренты

В качестве основных конкурентов «Авто-China» рассматривает как мелкие и средние магазины автозапчастей, специализирующихся на деталях для китайских марок автомобилей, так и крупные автодилеры.

Основными конкурентными являются:

- ООО «Демидыч»
- ИП Маврин
- «Китаец-Пермь»
- «Автотип»
- «Автокит»





# Основные конкуренты

- Эти магазины являются конкурентами «Авто-China» по целевой потребительской группе. И именно этим магазинам Фирма уделяет и планирует в дальнейшем уделять особое внимание.
- Целесообразно представить оценку конкурентных преимуществ каждого из этих магазинов в виде таблицы (☺☺ - Отлично, ☺😊 - Хорошо, 😐😞 - Удовлетворительно, 😞😞 - Плохо):

◆ - ООО «Демидыч»

□ - ИП Маврин

● - «Китаец-Пермь»

□ - «Автотип»

● - «АВТОКИТ»

	☺☺	☺😊	😐😞	😞😞	
Удачное местоположение	◆	●●	□□		Неудачное местоположение
Достаточный ассортимент	●	□●	□	◆	Недостаточный ассортимент
Низкий уровень цен		●□	□●	◆	Высокий уровень цен
Доброжелательный персонал		◆	●●□□		Недоброжелательный торговый персонал

# Расшифровка факторов, используемых в анализе:

## 1. Местоположение.

В число важнейших компонентов оценки местоположения магазина входят:

- характеристики площади (размеры, форма и т.д.)
- простота парковки
- интенсивность пешеходного потока
- интенсивность транспортного потока
- общественный транспорт
- заметность, примечательность, окружение
- соседство с аналогичными предприятиями

Принимая во внимание данные характеристики можно утверждать, что расположение магазина является выгодным. По совокупности факторов, определяющих оценку местоположения, он превосходит практически любой из анализируемых магазинов.

## 2. Характер и качество ассортимента.

При оценке данного фактора принимается во внимание глубина, широта и качество ассортимента товаров, имеющих в магазине.

Наиболее сильная сторона «Авто-China», поскольку представленный ассортимент очень разнообразен.



### 3. Уровень цен.

В сложившейся ситуации цена может стать одним из решающих факторов конкуренции, так как в основном конкуренты действуют в одно ценовом сегменте.

### 4. Персонал.

При оценке персонала учитывается профессионализм, компетентность и соответствие действий продавца ожиданиям покупателей.

Практически ни в одном из анализируемых магазинов уровень обслуживания не соответствует уровню магазина. Наиболее часто встречающиеся недостатки – медленное обслуживание и плохая ориентация продавцов в ассортименте.

На основе имеющейся информации, можно утверждать, что особое внимание стоит уделять не только профессиональной подготовке торгового персонала, которая обычно на достаточно хорошем уровне, но и разработке системы заинтересованности продавцов в отличном обслуживании покупателей, то есть подготовке компетентного и высокомотивированного персонала.



Спасибо за внимание!

