

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

«Разработка стратегии продвижения товара и стимулирования сбыта дилерской компании (на примере ООО «К-авто»)»

Студентки _____

Научный руководитель _____

Цели и задачи дипломной работы

Цель

Задачи

Разработка стратегии продвижения и стимулирования сбыта для дилерской компании

Изучение теоретических основ разработки стратегии продвижения и стимулирования сбыта

Анализ внутренней и внешней среды ООО «К-авто»

Проведение маркетингового исследования

Анализ действующей стратегии продвижения и стимулирования сбыта ООО «К-авто»

Формирование более эффективной стратегии продвижения и стимулирования сбыта

Оценка экономической эффективности разработанной стратегии

Форд Центр Калининград (ООО «К-авто»)

Виды деятельности

Продажа новых автомобилей Форд

Сервисное обслуживание
автомобилей

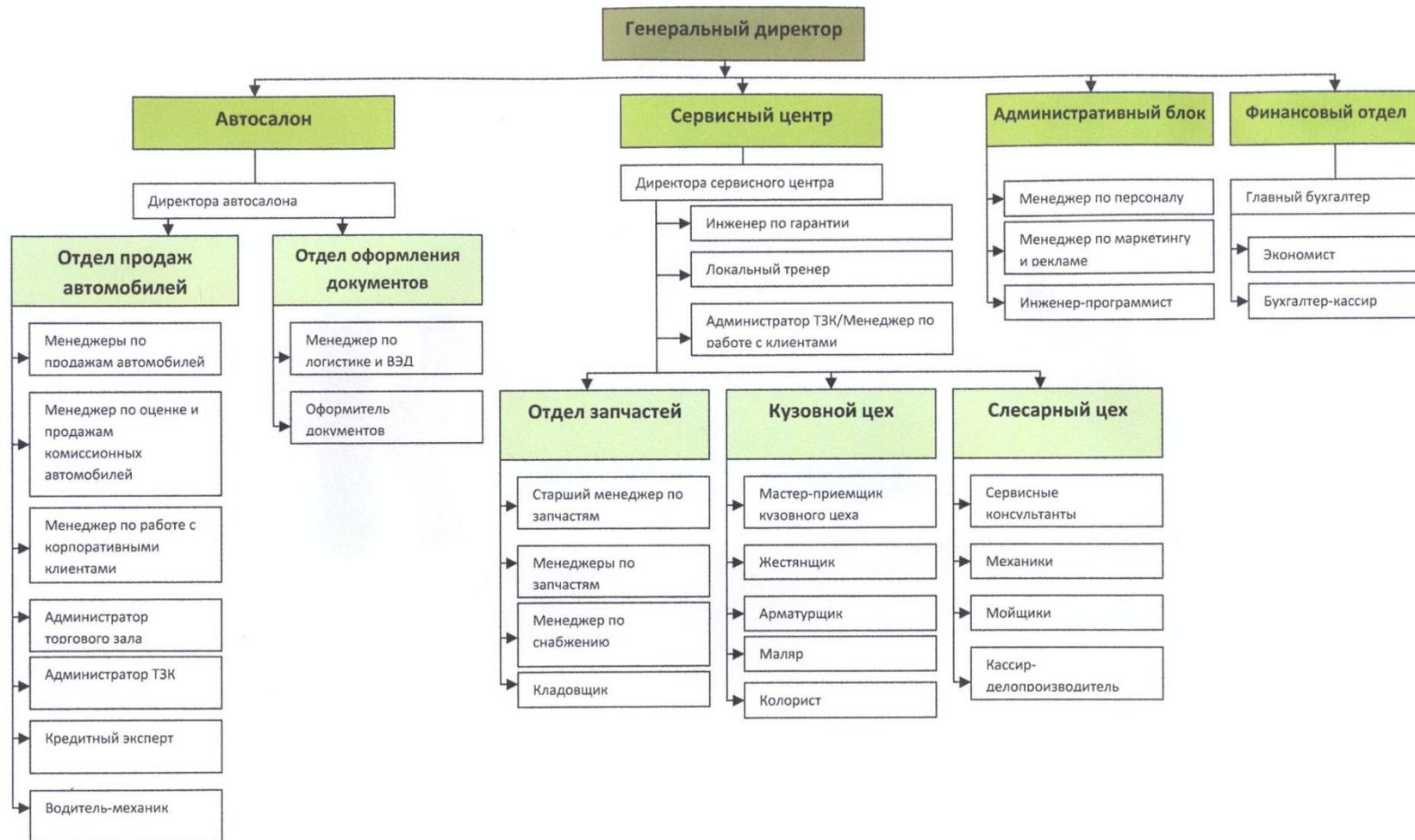
Обмен подержанных автомобилей
на новые автомобили Форд

Предоставление услуг
кредитования и страхования



Организационная структура ООО «К-авто»

4



ООО «К-авто»:

ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Показатели	2007	2008	2009
Выручка от реализации, тыс. руб.	116851	342445	217690
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	102838	301197	192563
Валовая прибыль, тыс.руб.	14013	41248	25127
Чистая прибыль, тыс. руб.	1669	13482	6415
Рентабельность реализованной продукции, %	1,62%	4,48%	3,33%

Анализ внешней среды

Анализ
рынка

Анализ окружающей
среды (макросреды)

Анализ
конкурентной
среды

PEST-анализ

*Модель
М. Портера*

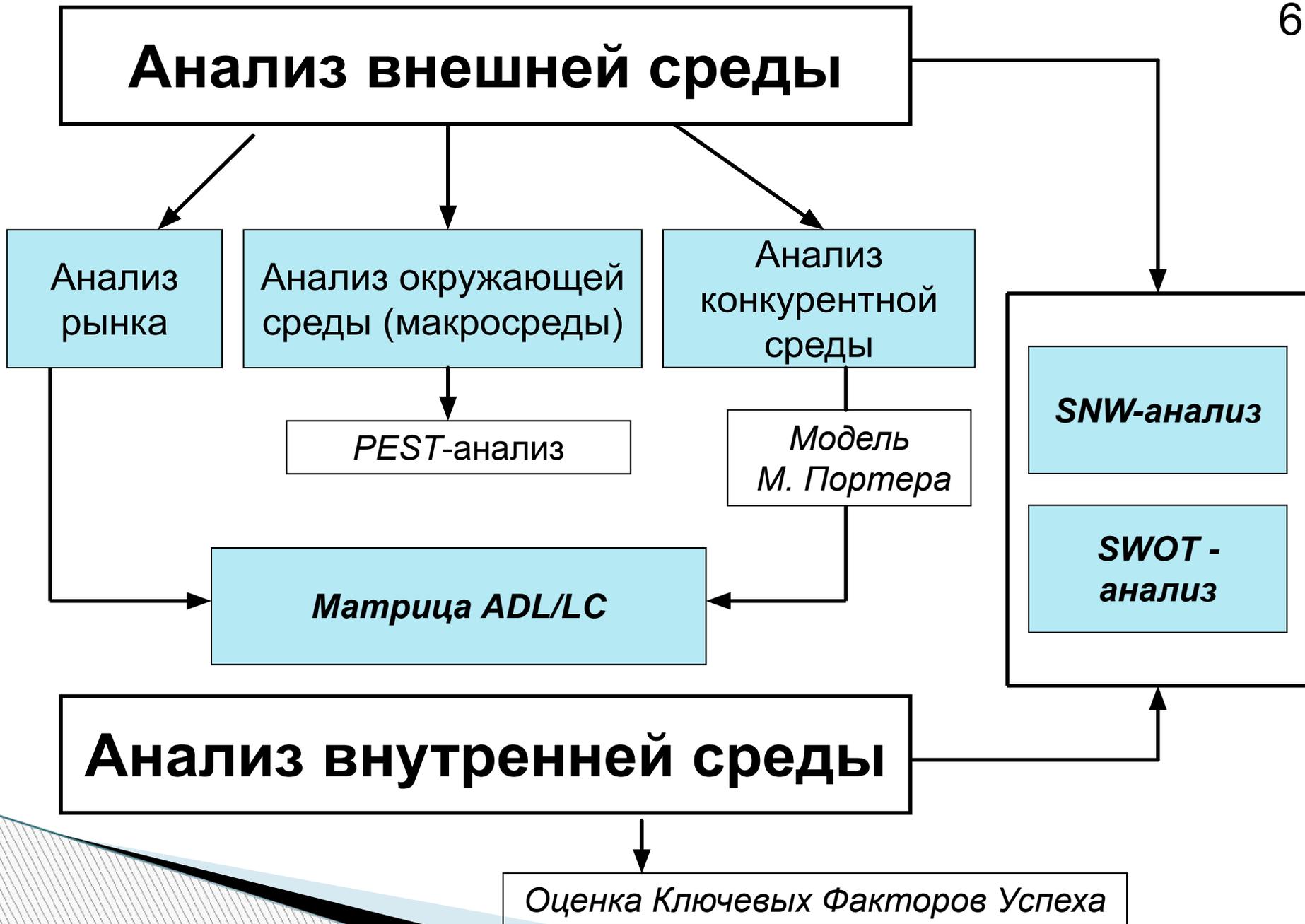
Матрица ADL/LC

SNW-анализ

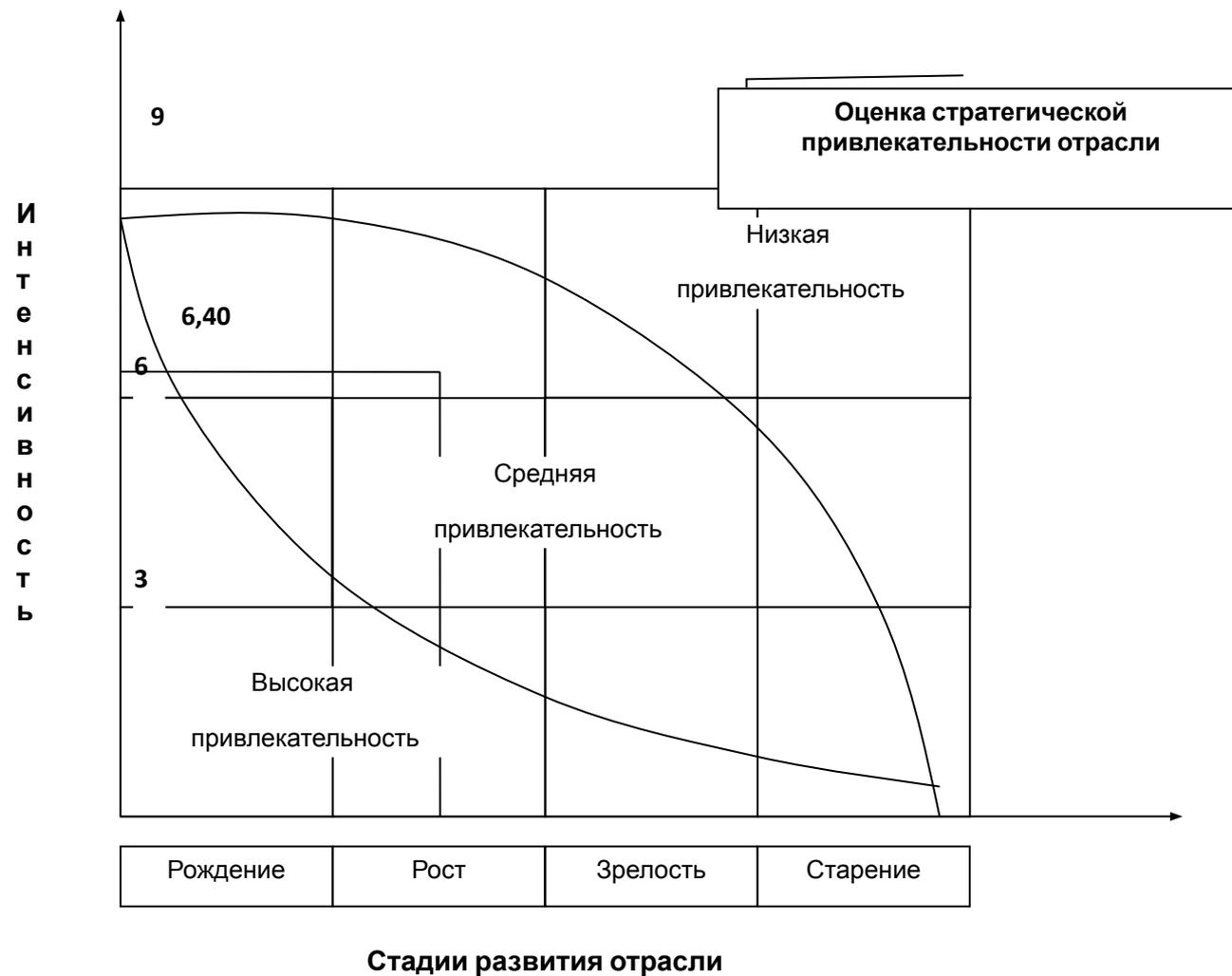
*SWOT -
анализ*

Анализ внутренней среды

Оценка Ключевых Факторов Успеха



Матрица анализа жизненного цикла отрасли ADL/LC



Маркетинговое исследование восприятия программы по утилизации автомобилей среди потенциальной аудитории программы

Цель

Задачи

Исследование степени восприятия программы по утилизации автомобилей среди потенциальной аудитории.

Исследовать предпочтения потенциальной аудитории программы утилизации по выбору конкретной марки автомобиля

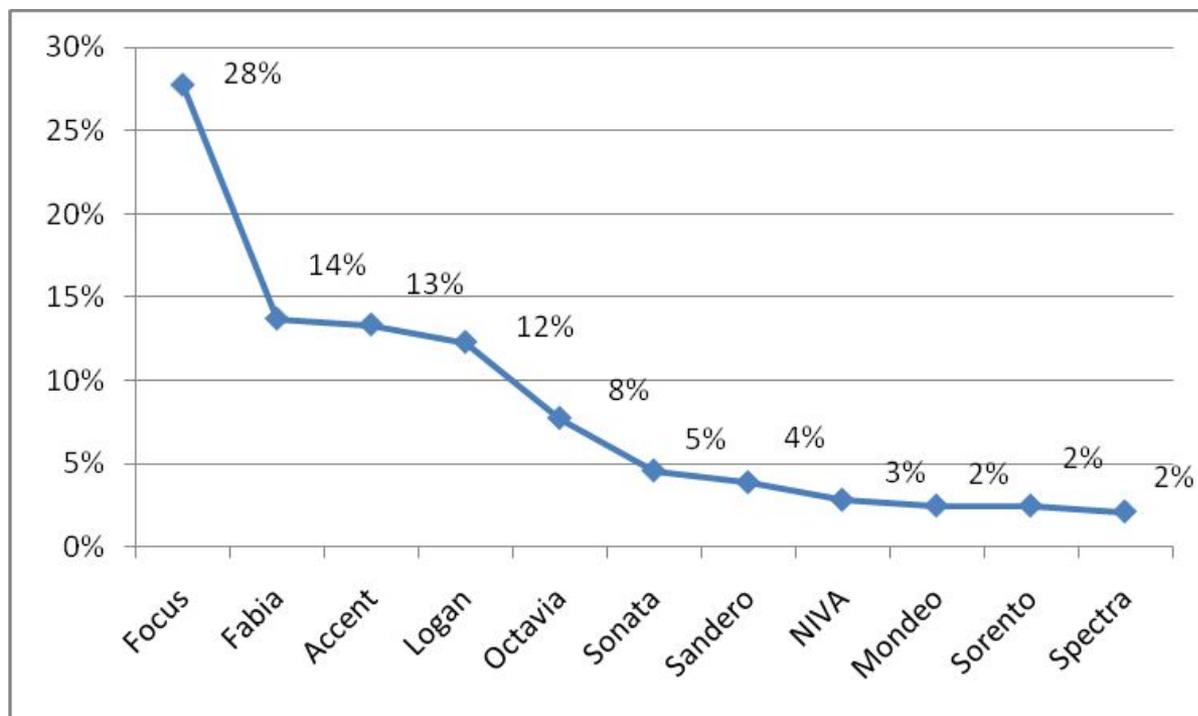
Исследовать степень лояльности потенциальной аудитории к марке Форд

Выявить основные ценовые предпочтения потенциальной аудитории по приобретению автомобиля по программе утилизации

Исследовать аудиторию потенциальных потребителей на предмет покупки автомобилей в кредит

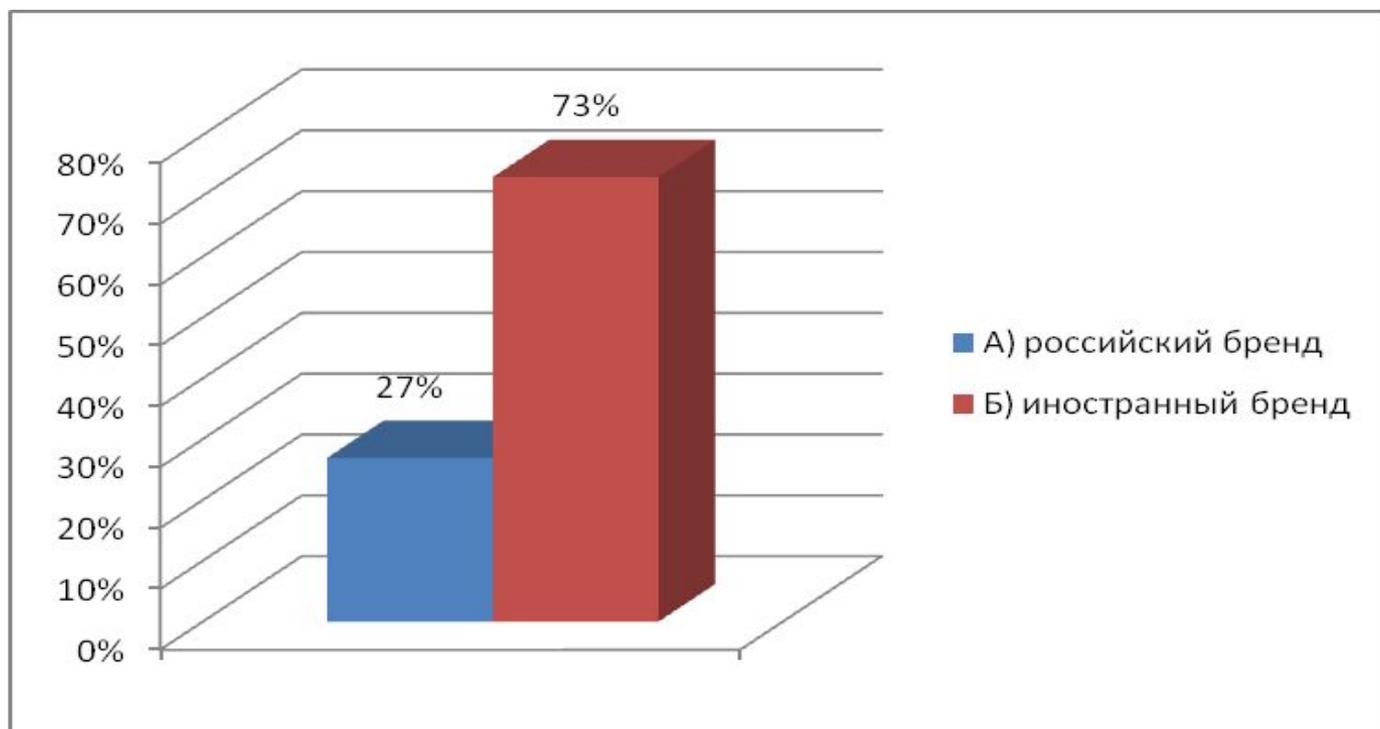
Результаты исследования

- 59 % опрошенных заинтересованы программой утилизации;
- Ford Focus – наиболее вероятный выбор участников исследования (28%);
- Выбор Ford Focus в разы превышает Skoda Fabia, Renault Logan и Hyundai Accent



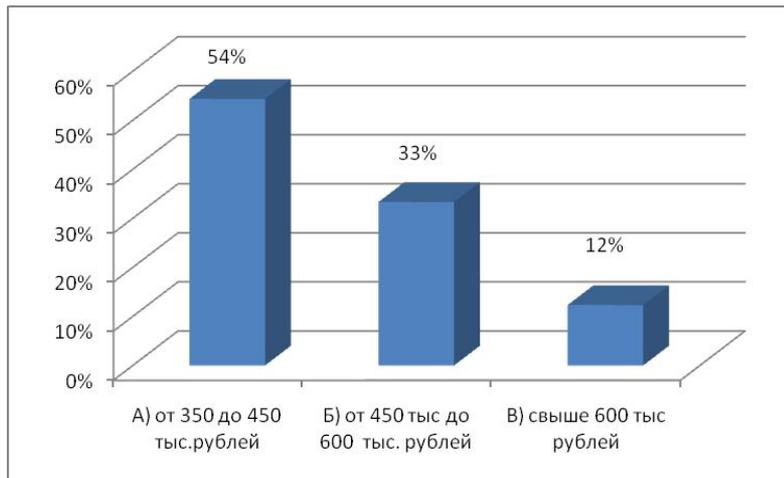
Результаты исследования

- Только 27% респондентов выберут Lada;
- 73% - предпочтут иностранный бренд

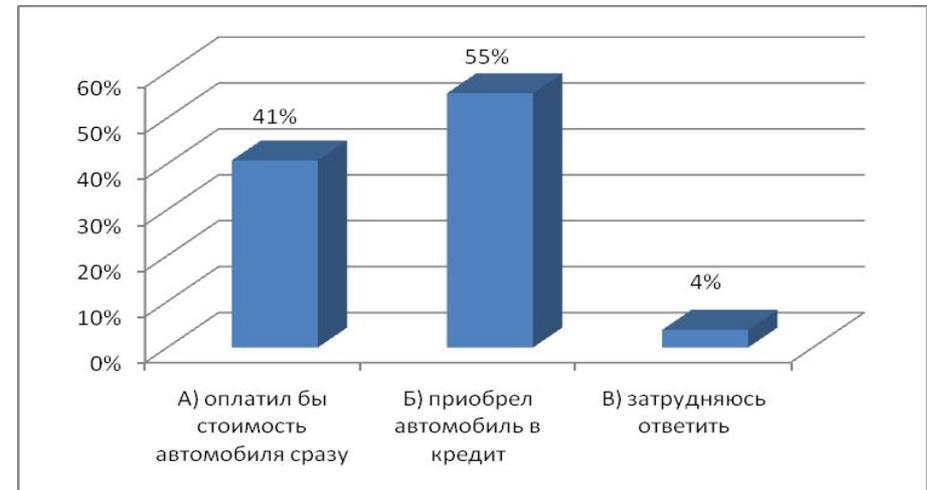


Результаты исследования

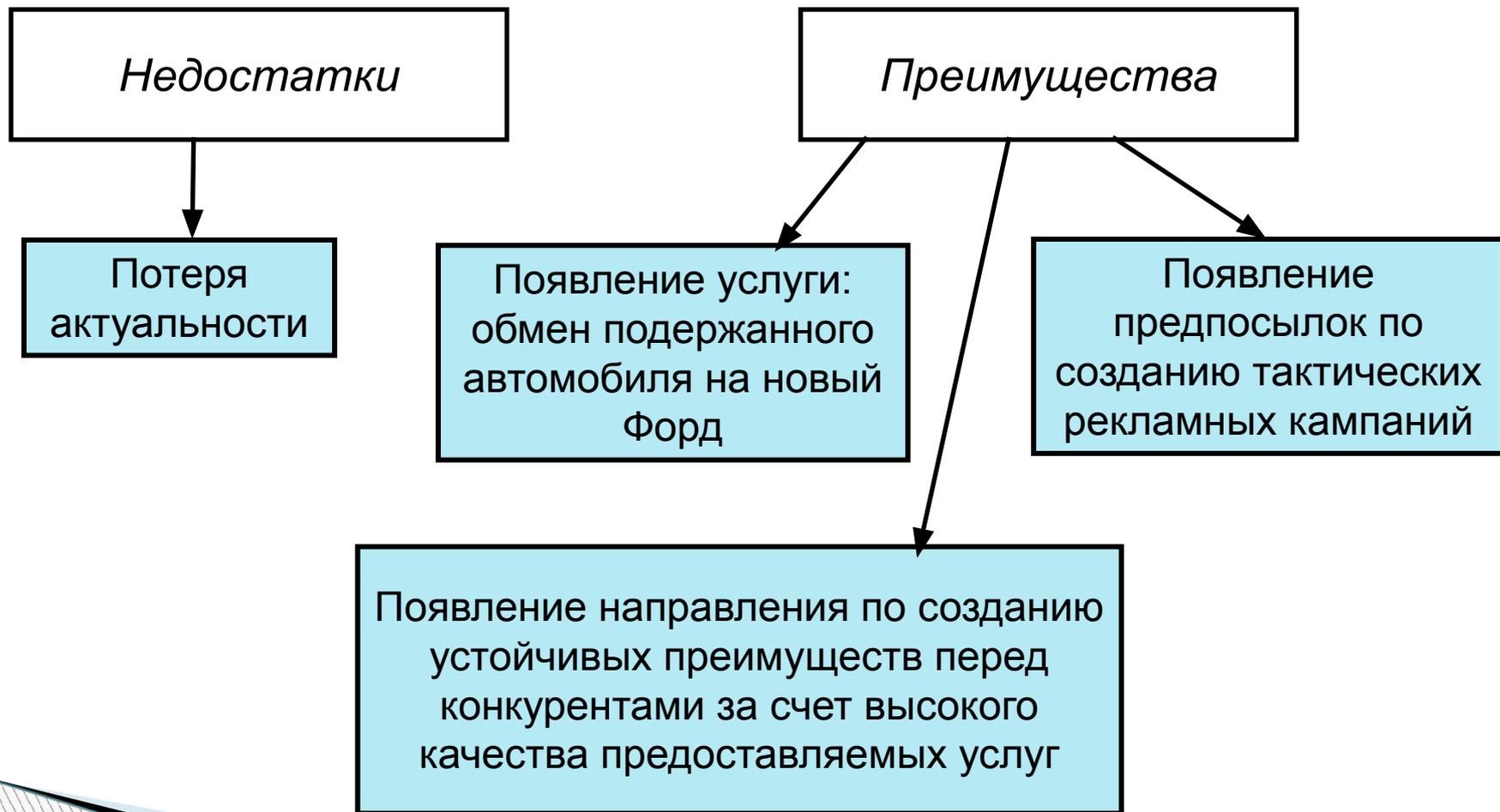
- Высокий процент людей, рассматривающих автомобили стоимостью более 450 000 рублей говорит о большом потенциале программы для Ford



- 55 % респондентов интересуется кредит



Анализ действующей стратегии продвижения и стимулирования сбыта ООО «К-авто»



Этапы разработки более эффективной стратегии продвижения и стимулирования сбыта товара ООО «К-авто»



Прогнозные данные деятельности ООО «К-авто» на 2010 год с учетом реализации существующей и разработанной стратегии

Показатель	С учетом существующей стратегии, "ДО"				С учетом разработанной стратегии, "ПОСЛЕ"			
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв
Рекламные затраты, руб.	210 000	210 000	210 000	210 000	229 451	397 151	241 600	389 300
Входящие клиентские группы	533	456	380	303	750	875	815	940
Продажи, ед.	48	54	60	65	80	105	95	118
Рекламные затраты/ 1 кл. группа, руб.	394	461	553	693	306	454	296	414
Рекламные затраты/ 1 автомобиль, руб.	4 375	3 889	3 500	3 231	2 868	3 782	2 543	3 299

Определение эффекта от реализации разработанной стратегии в сравнении с действующей (прирост/снижение)

Показатели	2010				2010
	1 кв	2 кв	3 кв	4 кв	
Входящие клиентские группы	217	419	435	637	1 708
Продажи, ед.	32	51	35	53	171
Рекламные затраты/ 1 кл.группу, руб.	-88	-7	-256	-279	-157
Рекламные затраты/ 1 автомобиль, руб.	-1 507	-106	-957	68	-625

Спасибо за внимание!

