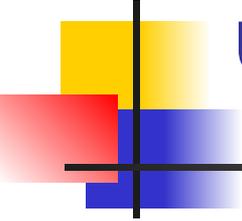


---

# Товарный ассортимент



# Что такое ассортимент

---

Товарный ассортимент – группа товаров удовлетворяющих одну и ту же потребность и тесно связанных между собой в силу схожести функциональных качеств.



## Характеристики товарного ассортимента

---

Ширина – количество ассортиментных групп

Глубина – количество товарных марок  
внутри ассортиментной группы

Насыщенность – количество товарных  
позиций внутри ассортиментных групп



# Номенклатура

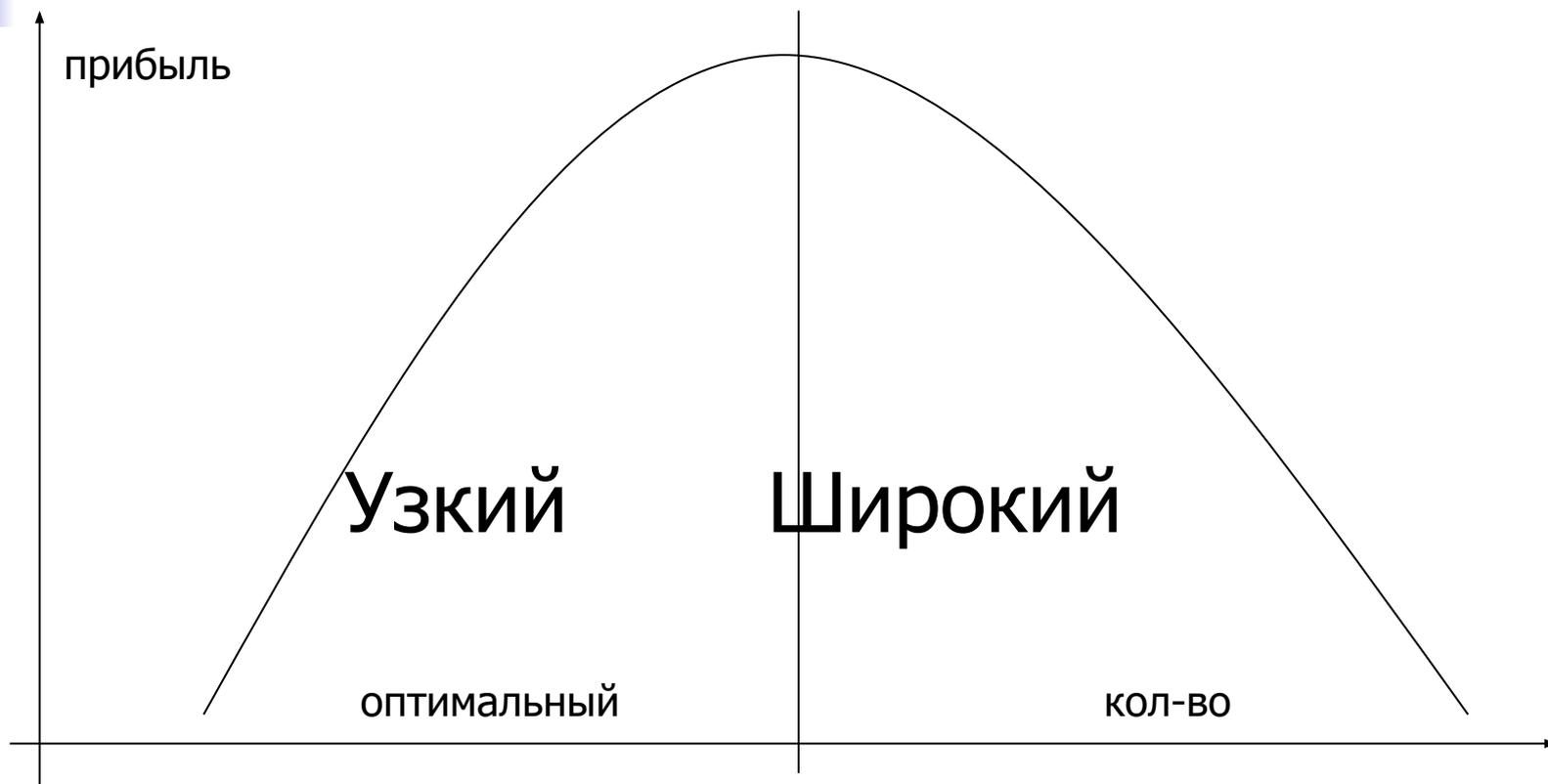
---

Товарная номенклатура – совокупность ассортиментных групп.

Гармоничная (специализированная) –  
чистящие средства и моющие  
средства

Негармоничная (универсальная) –  
автомобили и одежда

# Широкий и узкий ассортимент





# Новые товары

---

Подлинная  
новизна

Новые товары

Товары новые для рынка

Товары новые для фирмы

Новинки модификации



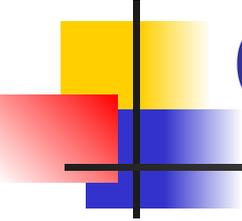
# Новинки для фирмы

Виды стратегий	Виды продукции	Характер степени новизны
Диверсификация	Полностью новый / Франчайзинг	Новый рынок / Новая технология
Развитие рынка	Изменение формы	Новое применение
Развитие продукта	Линейное расширение	Новые сегменты
Маркетинговая экспансия	Модификация продукта	Незначительные изменения товара не изменяя рынок



# Новшества рынка

Виды стратегий	Виды новшеств	Изменения
Прерывистые	Новый класс продукта	ЭЛТ, ЖК ...
Динамично развивающиеся	Новая форма продукта	Изменяются важные предпочтения
Непрерывные	Улучшенная модель	Пентиум 1,2,3...
Псевдо нововведения	Новая торговая марка	

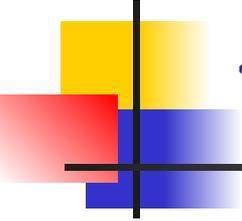


# Совмещение функций

---

Необходимо совместить функции  
нескольких разных продуктов

Туалетная бумага с рассказами

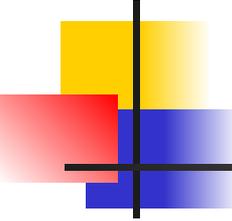


# «Парадокс»

---

Использование продукта в ситуациях  
которые кажутся невозможными для  
данного товара

Сигареты против курения

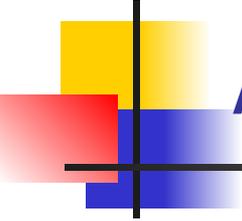


## Модернизация имеющегося продукта

---

Изменение функций продукта с целью  
повысить удобство его использования

Мусорное ведро-утилизатор

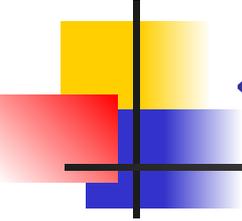


# Анализ функций - мобильность

---

Возможность передвижения объекта

Надувная мебель

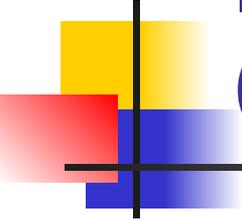


## «Идеальная функция»

---

Необходимо представить с помощью чего можно выполнить ту или иную функцию, или повысить удобство

Мячи для гольфа – NASA разработало радар для мячей

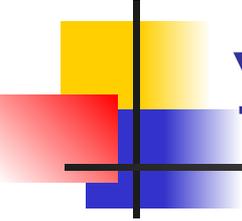


# Воздействие на организм человека (безопасность)

---

Необходимо проанализировать какие процессы отрицательно сказываются на здоровье человека

Контактные линзы с напылением от пыли /  
очки с защитой от излучения монитора  
Утюг Oliso – поднимается над вещью

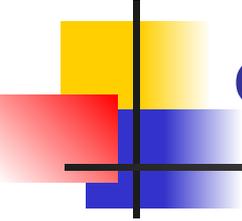


## Устойчивость к деформациям

---

Необходимо рассмотреть возможность сделать продукт сверхпрочным, водонепроницаемым и т.д.

«Не мнущаяся» ткань, телефоны водонепроницаемые и т.д.

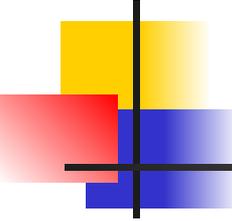


## Физический контакт и ассоциации

---

Дать пощупать, узнать какие ассоциации вызывает товар, либо сделать определенную упаковку

Водка «Смоленская – бархатная» обшита бархатом

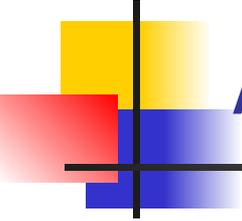


# Набор

---

Сделать из нескольких товаров целый набор, в котором они дополняют друг друга

Набор открыток с бумагой, конвертами с одной тематикой

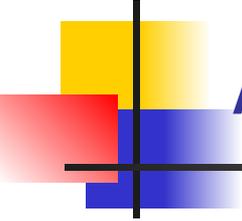


# Альтернативное состояние вещества

---

Попробовать различные физические  
состояния

Жидкое мыло, замороженный сок

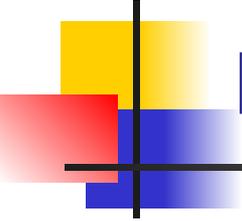


# Альтернативная возрастная группа

---

Сделать взрослый товар детским и  
наоборот

Джонсон и Джонсон

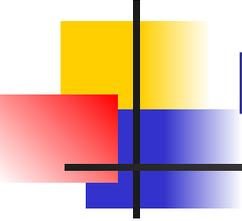


# Внутреннее пространство

---

Использовать внутренне полое  
пространство

Киндер сюрприз

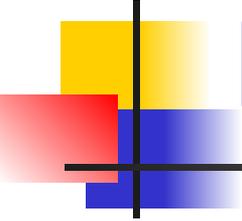


## Гендерный товар

---

Товар который был традиционно предназначен для одного пола, «превратить» в товар для другого

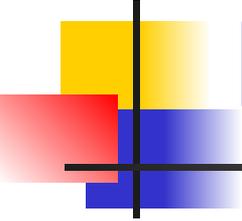
Женский галстук, украшения для мужчин



# Процесс адаптации к товару

---

реклама,  
осведомленность  
связи с общественностью

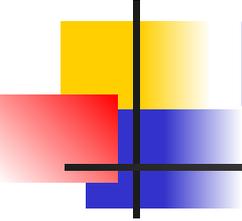


# Процесс адаптации к товару

---

реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес** общественностью,  
личные продажи



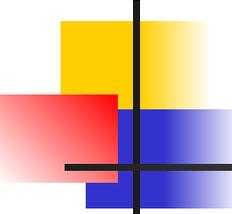
# Процесс адаптации к товару

---

реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес**  
связи с общественностью,  
личные продажи

**оценка**  
инд. Воздействие, друзья, Р,  
PR



# Процесс адаптации к товару

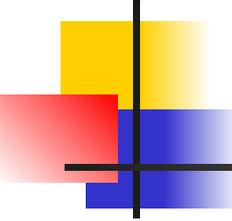
---

реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес**  
связи с общественностью,  
личные продажи

**оценка**  
дл. инд. Воздействие, друзья, Р,  
PR

**апробирование**  
воздействие



# Процесс адаптации к товару

---

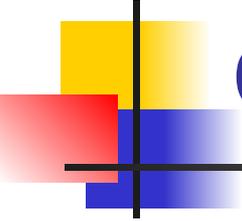
реклама,  
**осведомленность**  
связи с общественностью

реклама,  
**интерес**  
связи с общественностью,  
личные продажи

**оценка**  
ДП, инд. Воздействие, друзья, Р,  
PR

**апробирование**  
инд. воздействие

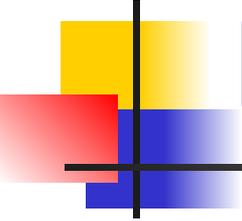
**адаптация**  
Реклама, PR



# Скорость адаптации к новинке

---

1. Относительное преимущество
2. Совместимость (совместима со стереотипами)
3. Сложность
4. Делимость (возможность пробного тестирования)
5. Риск
6. Коммуникабельность (наглядность)



# Неудачи

---

1. HDTV - всего 0,1% населения, среди абонентов НТВ + 30%
2. 3G – лицензия со сроком окупаемости до 2002, на самом деле только к 2010
3. WiFi – в РФ – 360 точек доступа, из них 180 в Москве (122 из них – кафе, рестораны)
4. I-Mode. Потери МТС около \$20 млн.
5. Motorola Samsung – твейджер, был вытеснен сразу же телефоном