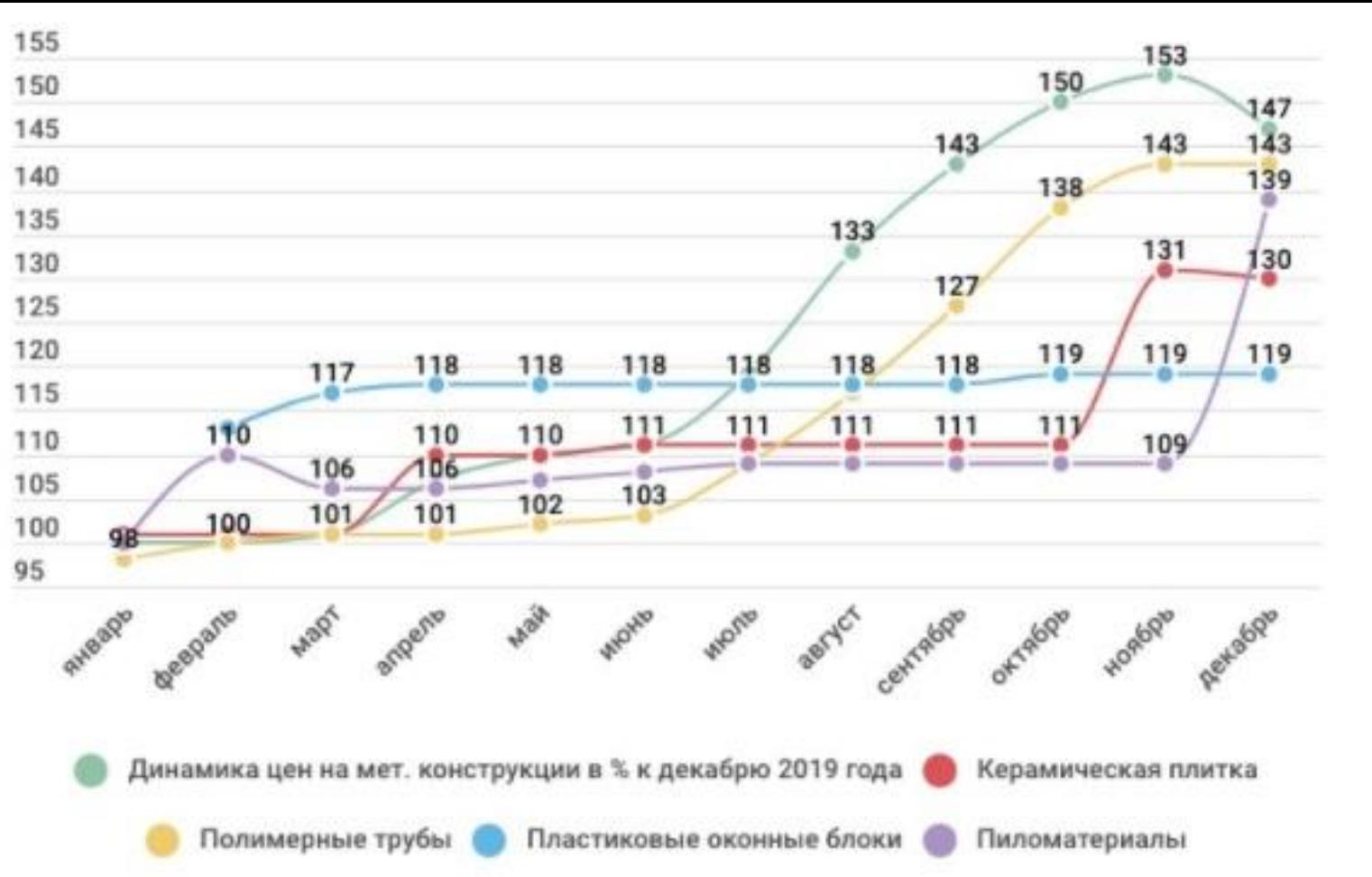


АНАЛИЗ РЫНКА СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И ХОЗТОВАРОВ В КАЛИНИНГРАДЕ

Подготовил
презентацию:

Фоменко
Олег 20-Р-2

ОБЪЁМ РЫНКА НА ТЕРРИТОРИИ КАЛИНИНГРАД



Источник: <https://www.newkaliningrad.ru/>

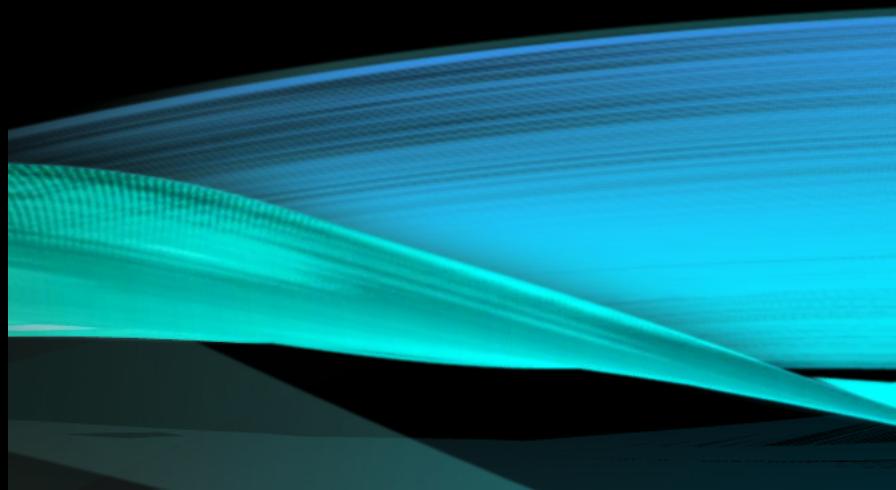
ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ



Можно сказать что держаться стабильно, не было замечено за ближайшие 3 года новых магазинов.

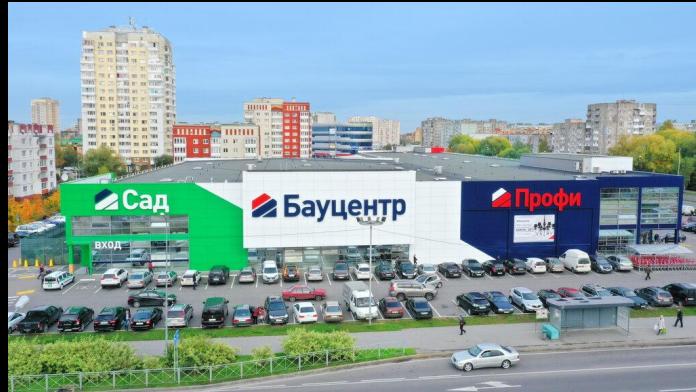


ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ



БАУЦЕНТР

Сайт: <https://baucenter.ru/>

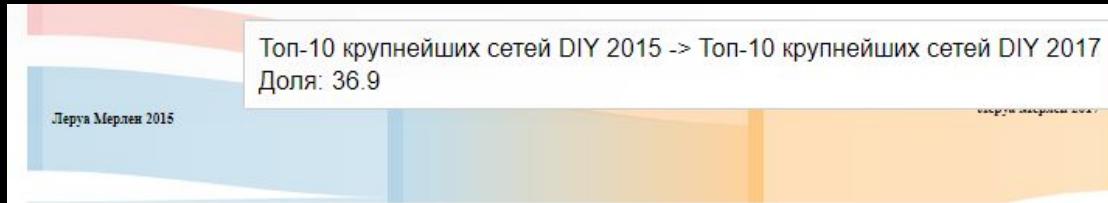


Доля на рынке: В 2018 году торговая сеть строительных материалов «Бауцентр» («Бауцентр Рус») показала рост выручки на 21% и рост чистой прибыли на 65%. Выручка выросла с 16,1 до почти 20 млрд руб., а чистая прибыль — с 516 до 853 млн руб.

Источник: <https://www.newkaliningrad.ru/>

ЛЕРУА МЕРЛЕН

Сайт: <https://kaliningrad.leroymerlin.ru/>
Доля на рынке:



Источник: <https://marketmedia.ru/>



ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

ПЕРЕЧЕНЬ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Работа персонала и наличие материалов



ШЕРЕЧЕНЬ ВЫГОД

ГАРАНТИЯ

НАЛИЧИЕ СКИДОК

УНИКАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ

- Леруа Мерлен:
- Крючок для текстиля без петельки
- USB-разветвители
- Умный дом
- Носки для столов и стульев
- Сушилка для свитера
- Грифельное покрытие для письма мелом
- Зеркальная плитка.

Бауцентр:

Масла:

Розовое,

оранжевое,

жасминовое,

мята сливочного масла,
лимонное.

БАНАЛЬНОСТИ



- Бауцентр:
- распродажа строительных материалов,
распродажа обоев.
- Леруа Мерлен:
- Всё для сада вашей мечты,
бесспорно низкие цены:



ИНТЕРЕСНЫЕ



ПОЛНОЕ СОБРАНИЕ
НИЗКИХ ЦЕН

~ДЯДЯ~
В ВАННЕ

LEROY MERLIN

Dam

LEROY MERLIN
...et vos envies prennent vie!

GRAND OPENING
BIG DREAMS FOR YOUR HOME

GRAND OPENING
BIG DREAMS FOR YOUR HOME

LEROY MERLIN
...et vos envies prennent vie!

ПЕРЕЧЕНЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СЕГМЕНТОВ

- Основной сегмент это будет естественно строительные материалы. Т. к он занимает большую площадь магазина нежели хозяйствственные товары



ВАЖНЫЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ЛЮДЕЙ

Заказчики



Обычный потребитель



Строители



Домохозяйки



ЧТО ВАЖНО ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- Чтобы данная вещь не сломалась через неделю.

Ценовые предпочтение - зависит какой товар нужно купить.

Брендирование - важен при покупке таких вещей как перфоратор, дрель и т.д.

ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ, ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ, ПСИХОГРАФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- Географические: Калининград, Калининградская область.
- Демографические : Возраст от 20 до 40 лет. Практика в колледже, работа.
- Психографические: Люди которые заботятся об интерьере своего дома или квартиры.

- Не имеет смысла данные сегменты продвигать на рынке, т.к большинства людей их знают и туда пойдут чтобы купить необходимый товар.

Точки контакта:

Учебная практика.

ВЫВОД