

# АНАЛИЗ РЫНКА СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И ХОЗТОВАРОВ В КАЛИНИНГРАДЕ

Подготовил  
презентацию:

Фоменко  
Олег 20-Р-2

# ОБЪЁМ РЫНКА НА ТЕРРИТОРИИ КАЛИНИНГРАД



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

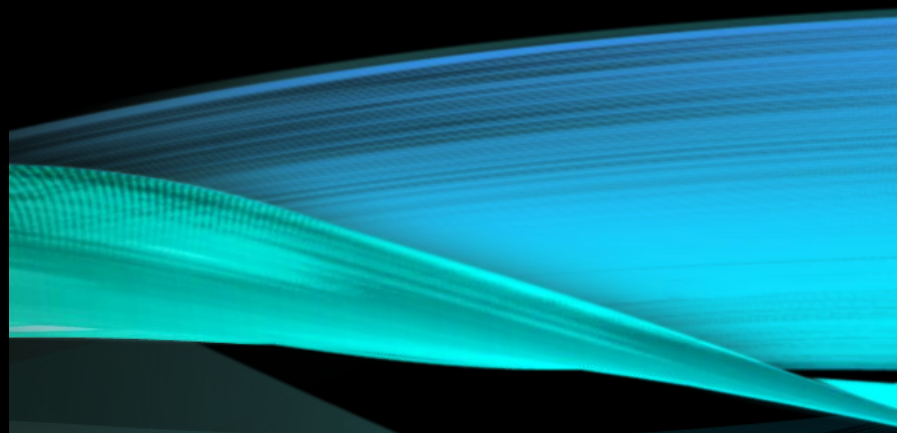
# ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ



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

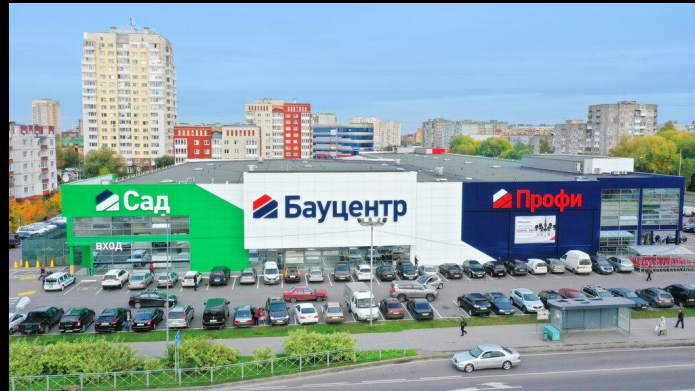


# ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ НА РЫНКЕ



# 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:

Топ-10 крупнейших сетей DIY 2015 -> Топ-10 крупнейших сетей DIY 2017  
Доля: 36.9

Леруа Мерлен 2015

Леруа Мерлен 2017



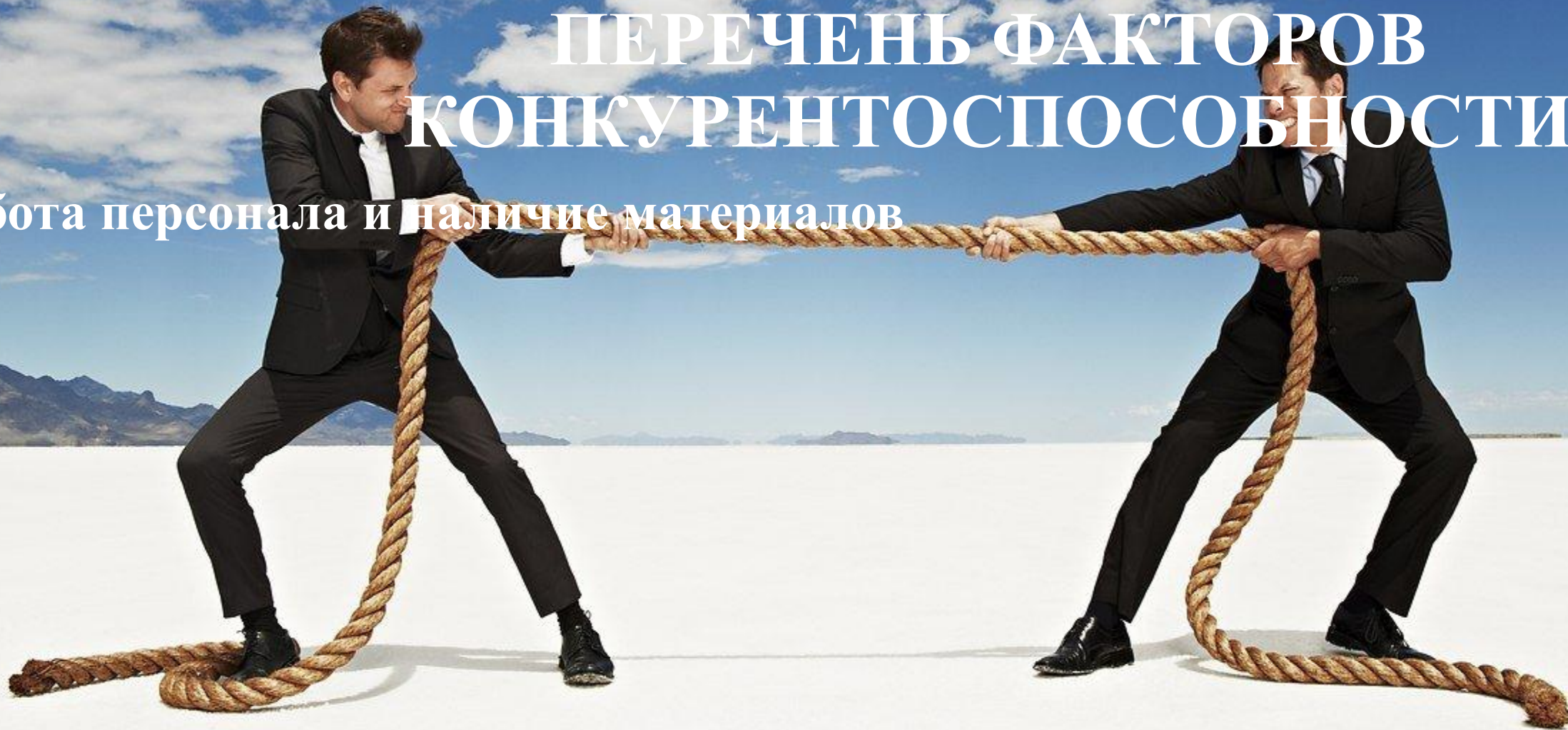
Источник: <https://marketmedia.ru/>



# ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

# ПЕРЕЧЕНЬ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Работа персонала и наличие материалов





# ПЕРЕЧЕНЬ 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

LEROMERLIN  
Dans



GRAND OPENING  
BIG DREAMS FOR YOUR HOME



GRAND OPENING  
BIG DREAMS FOR YOUR HOME

# ПЕРЕЧЕНЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СЕГМЕНТОВ

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



# ВАЖНЫЕ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ ЛЮДЕЙ

**Заказчики**



**Обычный потребитель**



**Строители**



**Домохозяйки**



# ЧТО ВАЖНО ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

- Чтобы данная вещь не сломалась через неделю.

Ценовые предпочтения - зависит какой товар нужно купить.

Брендинг - 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.
- Психологические: 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**