

# ОСНОВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬС КОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

# СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- 1. Теоретические основы предпринимательской деятельности
- 2. Методы и приемы анализа рынка
- **3. Планирование продвижения и продаж**
- 4. Разработка производственного плана
- 5. Организационное планирование
- 6. Юридические аспекты ведения бизнеса
- 7. Основы финансового планирования
- 8. Анализ рисков предпринимательской деятельности

# **3. ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПРОДАЖ**

# АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РЫНКА СБЫТА

- ⦿ КТО будет покупать?
- ⦿ ПОЧЕМУ будет покупать?
- ⦿ В КАКИХ КОЛИЧЕСТВАХ будет покупать?

# АНАЛИЗ И ОЦЕНКА РЫНКА СБЫТА

- ◎ ШАГ 1. Определение рынков
- ◎ ШАГ 2. Прогноз *цен*, по которым предполагается реализовать товар на данных рынках
- ◎ ШАГ 3. Определение *спроса и емкости* конкретного рынка по каждому виду товаров (услуг).



# ЦИКЛ УПРАВЛЕНИЕ

- ◎ Plan
- ◎ Do
- ◎ Check
- ◎ Act

# Комплекс маркетинга

- ◎ Комплекс маркетинга 4P:
  - Product – потребность, которую удовлетворяет продукт;
  - Price – ценность, соотношение цена/качество;
  - Place – каналы сбыта продукции, места продаж;
  - Promotion – построение коммуникаций с потребителями, продвижение.



# Комплекс маркетинга

- ◎ Комплекс маркетинга 7P:
  - 4P;
  - People – персонал
  - Process – процесс, сервис
  - Physical evidence – физическое свидетельство, подтверждение

# Воронка продаж

- ◎ Состоит из:
  - Касаний с клиентом (действий, лидов);
  - Конверсии (% перехода к следующему касанию);
  - Коэффициента повторных покупок;
  - Итогового результата.

# Воронка продаж

## ◎ Пример:

- проходимость места – 5 000 чел. в день;
- доля зашедших в магазин – 10% (500 чел. в день);
- доля совершивших покупку – 10% (50 чел. в день);
- средний чек – 500 рублей
- средняя выручка – 25 000 рублей в день.

# Balanced Score Card (BSC)

- ◎ Система сбалансированных показателей:
  - Финансы;
  - Клиенты;
  - Бизнес-процессы;
  - Обучение и развитие;

# Lean-технологии

- ◎ Процессный подход:
  - Процессы, несущие добавленную стоимость клиенту;
  - Процессы, не несущие добавленную стоимость клиенту, но необходимые (н.п. по закону);
  - Процессы, не несущие добавленную стоимость клиенту, которые могут быть исключены

**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**

# Задание №3

- ⦿ Составить план продвижения
- ⦿ Составить бюджет маркетинга
- ⦿ Составить план продаж

# Задание №3

- ◎ Презентация должна содержать:
  - название компании
  - описание продукта или услуги
  - каналы продвижения
  - мероприятия по продвижению
  - бюджет на маркетинг
  - план продаж на первый год