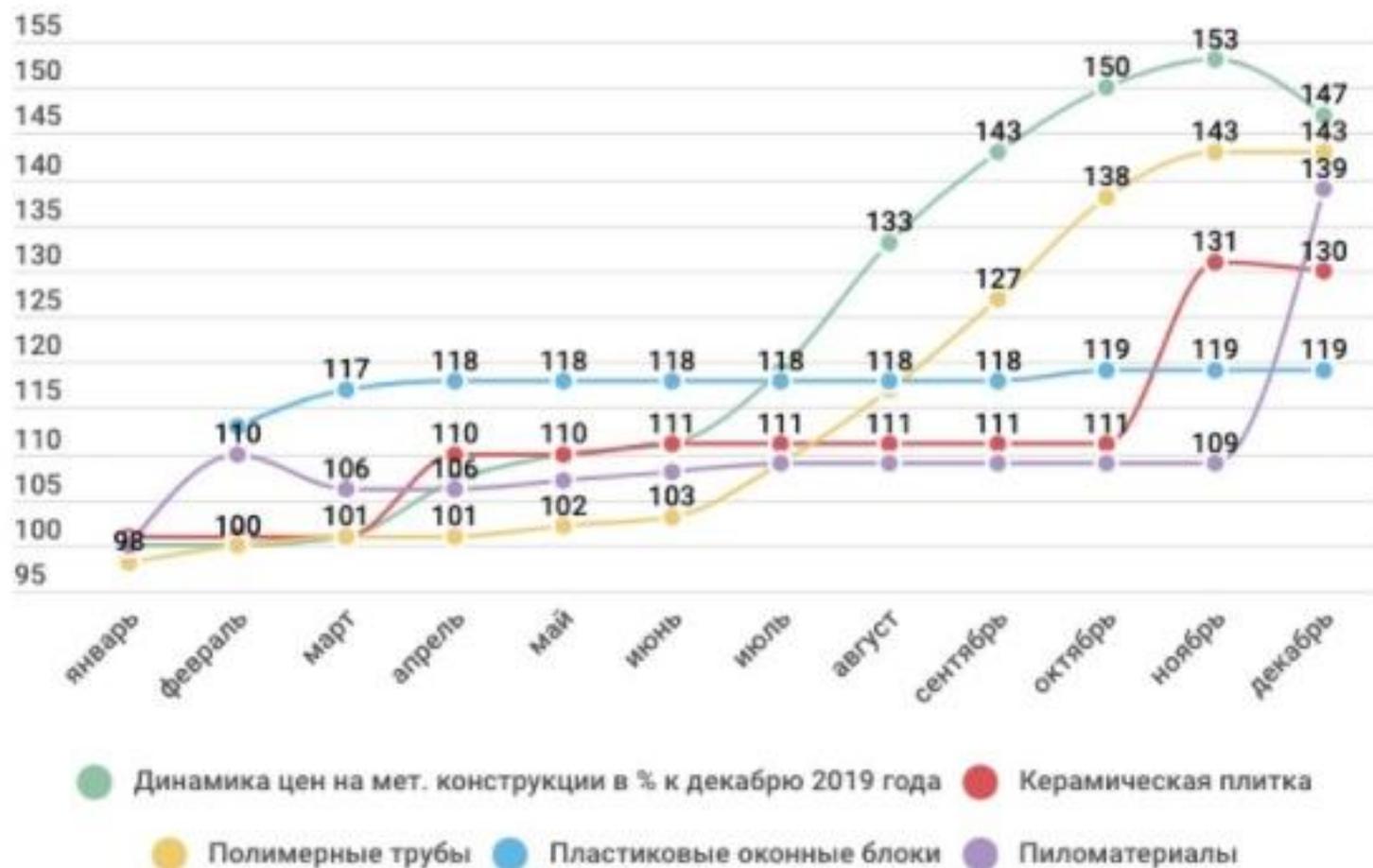


АНАЛИЗ РЫНКА СТРОЙМАТЕРИАЛОВ И ХОЗТОВАРОВ В КАЛИНИНГРАДЕ

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

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:




ПОЛНОЕ СОБРАНИЕ
НИЗКИХ ЦЕН

~ ДЯДЯ ~
В ВАННЕ



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.

ВЫВОД

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.