



# Курсовая работа

## Открытие филиала ProVG

Выполнила: студентка 3 курса

группы РС-034

Невская К.А.

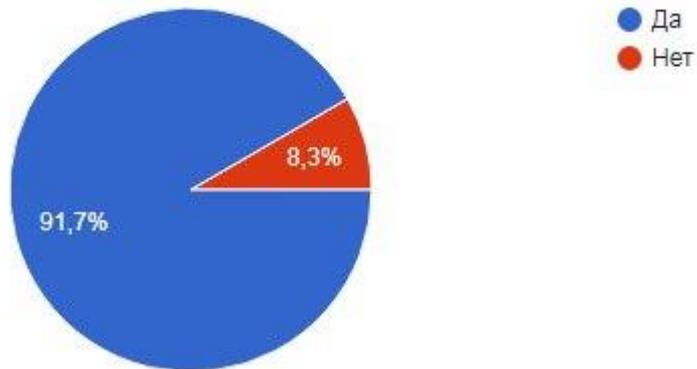
# Краткое резюме

## Знакомы ли Москвичи с брендом “ProVG”?

Более 90% опрошенных слышали о бренде “ProVG”.

Вы слышали о бренде ProVg?

12 ответов



# Краткое резюме

В ходе составления аналитического отчета, было выявлено, что более 90% постоянно работающих визажистов Москвы и области слышали о косметическом бренде “ProVG”, заказывают продукцию на официальном сайте с доставкой из Санкт-Петербурга, соответственно крайне заинтересованы в открытии филиала в Москве. Из продукции самой популярной являются прессованные пигменты (тени для глаз), цветовая палитра-коричневая гамма.

# Введение

XXI век-век индустрии красоты. Макияж стал востребованной услугой: невесты, съемки рекламы/кино, частные салоны красоты-нужны профессионалы своего дела.

Alexeeva Victoria make-up studio.

ProVG.



**6 МАРТА**  
НАЧАЛО: 11:00

спикер:  
**Виктория Алексеева**

**ПРЕЗЕНТАЦИЯ НОВИНОК**  
от компании proVG на тему  
“Wedding Make Up”  
от Виктории Алексеевой

Место проведения:  
г. Киев, студия proVG, ул. Механизаторов, 2а

**PROVG**

# Основная часть

Планируется открытие филиала в Москве.



Цель: выявить актуальность и наиболее востребованную позицию.

Целевая аудитория: визажисты Москвы.

Методы сбора информации: Онлайн интервью по формализованной анкете

Целевая аудитория: -Визажисты -18-45 лет -покупают косметику не реже одного раза в месяц

География: Москва

Выборка: 280 интервью

# Основная часть

Маркетинговое исследование

 Исследование рынка 7 человек 10 дней

Исследование потребителей 6 человек 7 дней

Исследование цен 6 человек 7 дней

Исследование продвижения 3 человека 5 дней

# Основная часть

Коммерческое предложение.

1.  Исследование косметического рынка. Изучить и проанализировать актуальность позиции косметических средств. Исследование позволит выявить наиболее востребованную продукцию, в плане ассортимента и цветов. Предоставить отчет о наличии конкурентов и их деятельности.
2. Исследование потенциальных потребителей. Выявить предпочтения и понять имеет ли значение территориальный фактор. (По городу “Москва”)
3. Исследование цен на рынке. Узнать стоимость косметических средств у конкурентов, проанализировать уровень заработной платы потенциальных потребителей.
4. Исследование наиболее актуальных стратегий продвижения товара.

# Заключение

В ходе составления аналитического отчета, было выявлено, что более 90% постоянно работающих визажистов Москвы и области слышали о косметическом бренде “ProVG”, заказывают продукцию на официальном сайте с доставкой из Санкт-Петербурга, соответственно крайне заинтересованы в открытии филиала в Москве. Из продукции самой популярной являются прессованные пигменты (тени для глаз), цветовая палитра-коричневая гамма. Филиал однозначно стоит открывать в Москве, одной из первых категорий косметической продукции должны быть прессованные пигменты (сухие тени для глаз).



