

МАСТЕРСКАЯ

- Изготовление дубликатов ключей.
- Ремонт обуви.

АК'Ю

- — это привлекательные направления усилий предприятия на рынке (участках рынка) для получения прибыли.

Анализ маркетинговых возможностей является необходимой предпосылкой для принятия маркетинговых решений и планирования действий по их реализации на практике.

Маркетинговая возможность фирмы - привлекательное направление маркетинговых усилий, на котором конкретная фирма может добиться конкурентного преимущества.

Маркетинговыми возможностями фирмы «АК'Ю» являются:

- 1. Быстрый срок изготовления
- 2. Изготовление и ремонт на современном оборудовании.
- 3. Приветливое обслуживание.
- 4. Квалифицированные работники. 5. Цена соответствует качеству.

Маркетинговые возможности



- Товарная политика представляет собой заранее сформулированный курс действий предприятия, производящего определенного вида товары, основанный как на долговременной (3—5 лет) стратегии развития этого предприятия, так и на текущих возможностях, возникающих для него на рынке. Товарная политика, с одной стороны, характеризуется некоей стабильностью, а с другой — в частных вопросах может изменяться с выгодой для предприятия и в рамках существующей стратегии.
- Если на рынке (или вообще во внешней среде) для предприятия будут возникать угрозы, товарная политика должна их учитывать с целью сокращения возможных потерь, но не отступая от главных принципов и положений стратегии.

Товарная политика



- Другими словами, товарная политика должна быть как постоянной в своих фундаментальных установках, так и адаптивной к возмущающим воздействиям внешней среды. В этом и заключается диалектическая сущность товарной политики.
- Структура товарной политики
Безусловно, в рамках товарной политики должны быть предусмотрены возможные обстоятельства, которые могут вызвать необходимость ее корректировки, возможные направления, а также пределы таких изменений.

Товарная политика



- Основное назначение и задачи товарной политики заключается в обеспечении преемственности мер и решений по следующим аспектам производственной и сбытовой деятельности предприятия:
 1. Поиск приемлемых товарных ниш для выпускаемых товаров, осуществляемый посредством организации поисковых маркетинговых исследований.
 2. Обеспечение предпродажного обслуживания клиентов;
 3. Формирование товарного ассортимента и его оперативная корректировка.
 4. Обеспечение конкурентоспособности выпускаемых (продвигаемых на рынок) услуг.
 5. Совершенствование (развитие) услуг.
 6. Обеспечение послепродажного сервиса.

Товарная политика



- Роль и предназначение товарной политики
Формирование товарной политики и ее корректировка предполагают наличие хорошего знания службой маркетинга своего рынка, ожиданий и требований покупателей, а также четкого представления о целях, задачах и стратегии своего предприятия, его возможностях и ресурсах. Многие из российских предприятий не уделяют достаточного внимания формированию своей товарной политики или делают это бессистемно, обращая внимание на ее отдельные фрагменты, допустим, на товарный ассортимент и только. Отсутствие товарной политики, как и ее усеченный вариант, обычно ведут к утрате контроля над конкурентоспособностью, нарушениям в структуре того же ассортимента из-за факторов внешней среды, возникающих неожиданно.

Роль и предназначение товарной политики



- В нашей компании товарная политика такова:
- 1. Мы используем только качественный материал для ремонта и изготовления (обуви, ключей).
- 2. У нас существует система скидок для постоянных покупателей.
- 3. Вся работа выполняется быстро и качественно, что формирует постоянную клиентскую базу.
- 4. У нас достаточно низкие цены по сравнению с конкурентами.

Товарная политика

