

Маркетинговый анализ розничной реализации товара «Средства для мытья посуды» в районе «МЖК-Пехотка-Динамо»

Члены команды:
Дружинин Дмитрий
Харьков Максим
Дацун Дарья
Чербаева Маргарита
Широватов Евгений

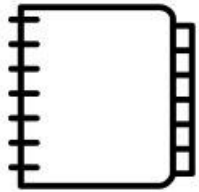
Наша команда



Полевой анализ товара
производила Дарья Дацун



За создания презентации отвечали
Чербаева маргарита и Дружинин Дмитрий



Евгений Широватов анализировал
фото и делал сводную таблицу



Харьков Максим фотографировал ценники во
всех магазинах

Описание товара

Моющее средство, детергент (лат. *detergeo* — «Мою») — вещество или смесь, помогающее отмывать что-либо от грязи.

Жидкое моющее средство — самое популярное среди средств для мытья посуды, в силу своего удобного использования. Такое средство хорошо справляется с жиром, не сушит кожу рук, а даже напротив смягчает ее.



Объект исследования

Мы провели исследования в следующих магазинах:

Пятёрочка (МЖК)

Астарта (ул.Астраханская 187)

Огонек (ул.Астраханская 193)

Рубль Бум (ул.Астраханская 190)

Магнит (ул.Астраханская 177)

Огонек (ул.Астраханская 1А)

Магнит (ул.Советская 190)

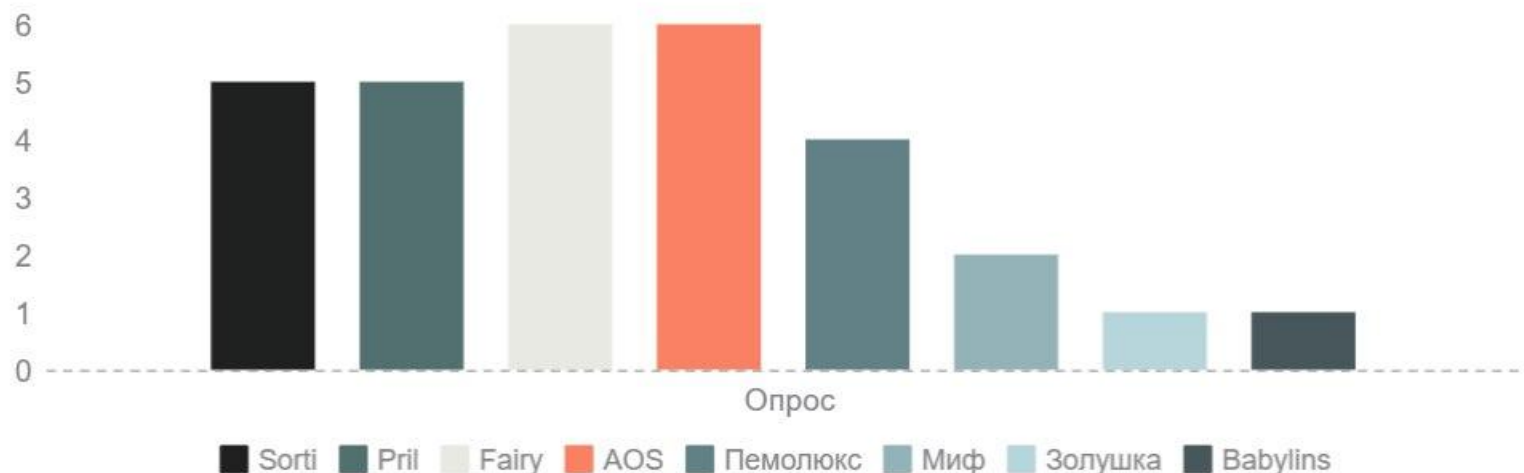
Ашан (ул.Советская 194 Б)





Потребительский сегмент

Какому моему средству Вы отдаёте предпочтение?



Самым популярным моющим средством являются Fairy и AOS. Данные моющие средства покупают люди среднего достатка.

Миф и Золушка находятся в невысокой ценовой категории. Эти средства пользуются спросом у пенсионеров и малоимущих из-за своей невысокой стоимости.

Babyllins является самым дорогим из представленных средств. Этот товар направлен на людей с высоким уровнем дохода.

Ценовой разброс

	Пятёрочка (МЖК)	Астарта (Астраханская 187)	Огонек (Астраханская 193)	Рубль Бум (Астраханская 190)	Магнит (астраханская 177)	Огонек (Астраханская 1А)	Магнит (Советская 190)	Ашан (Советская 194 Б)
Биолан				40,90 р.	46,90 р.			
Гель для посуды "Детский"			64,90 р.					
Золушка		33,30 р.	25,90 р.					27,57 р.
Каждый день								13 р.
Капля		40 р.	41,90 р.					
Марка			29,90 р.					
Миф	45,05 р.		43,43 р.	38,90 р.	45 р.		42 р.	31,77 р.
Пемолокс			43,90 р.		44 р.	43,90 р.	39,90 р.	41,81 р.
Ушастый нянь			83,90 р.					
AOS	89,05 р.	57,50 р.	83,90 р.	78,90 р.		83,90 р.	79,90 р.	62,70 р.
Babylins							176,30 р.	
BioMio	105 р.							
CleanOk								30,17 р.
Econta	13,75 р.							
Fairy	89,05 р.	57,50 р.	83,90 р.	76,90 р.	86 р.	83,90 р.	79,90 р.	83,16 р.
Frosch			158 р.					171 р.
Mr.CLEAR				37,90 р.				
Pril			67,37 р.	64,90 р.	82 р.		73 р.	48,41 р.
SARMA			67,90 р.	59,90 р.				
Sorti			42,25 р.	42,90 р.	47 р.	32,50 р.		33,79 р.

Способы рекламы в магазинах

Воблеры [небольшие рекламные указатели на пластиковом хлястике, крепятся к стеллажу]



Способы рекламы в магазинах

Шелф-Токеры (реклама,
крепящаяся на торец полки,
часто содержащая крепление
для ценников)



Способы рекламы в магазинах

Специальные ценники
[крупные ценники с
логотипом торговой марки]



Факторы, влияющие на разброс цен и предложение товара в магазинах

Соотношение «цена — качество», восприятие потребителями важности отдельных характеристик предлагаемого товара и желание платить за их наличие (улучшение), влияние рекламы, других методов стимулирования спроса на восприятие товара потребителями.

Так же анализ спроса (демографические изменения, появление товаров-заменителей, изменения в предпочтениях потребителей) и предложения (внутренняя конкуренция, импорт) на уровне отрасли влияет на ценообразование данных товаров.

Золушка



Не содержит едких щелочей
и кислот



Хорошее качество



Эффективно удаляет грязь



Экономичней



Безопасное средство для
мытья посуды и детских
принадлежностей



Невысокая цена

SARMA



Невысокая цена



Удобная упаковка



Приятный аромат



Не оставляет разводов



Эффективно удаляет
загрязнения



Не содержит едких щелочей

Sorti



Не содержит едких щелочей
и кислот



Хорошее качество



Эффективно удаляет грязь



Экономичней



Безопасное средство для
мытья посуды и детских
принадлежностей



Невысокая цена

Миф



Невысокая цена



Безопасен для здоровья



Приятный аромат



Рекомендуют многие домохозяйки



Удобная упаковка



Пользуется спросом

Пемолюкс



ozon.ru



Невысокая цена



Удобная упаковка



Приятный аромат



Пользуется спросом



Хватает да продолжительное
время

Биолан



Невысокая цена



Хорошее качество



Приятный запах



Эффективно удаляет грязь

ОАО «Нэфис Косметикс» – один из крупнейших в России производителей бытовой химии и масложировой продукции.

BioMio



Невысокая цена



Удобная упаковка



Приятный аромат



Не оставляет разводов



Эффективно удаляет загрязнения



Не содержит едких щелочей

Каждый день



Невысокая цена



Удобная упаковка



Приятный аромат

Капля



Невысокая цена



Эффективное средство



Приятный аромат



Минимальный расход

Гель для посуды "Детский"



Не содержит едких щелочей
и кислот



Хорошее качество



Приятный запах



Эффективно удаляет грязь



Безопасное средство для
мытья посуды и детских
принадлежностей



Невысокая цена

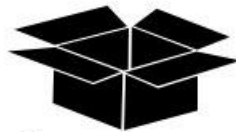
Pril



Невысокая цена



Хорошее качество



Удобная упаковка



Приятный аромат



Безопасен



Эффективно удаляет грязь

AOS



Выбор домохозяек



Хорошее качество



Эффективно удаляет грязь



Приятный аромат



Экономичней



Невысокая цена

Fairy



Хорошее качество



Невысокая цена



Приятный аромат



Эффективно удаляет грязь

Рекомендации начинающему предпринимателю

Предприниматель, который хочет производить данный товар должен ориентироваться на людей с разным доходом. Этот товар всегда будет востребован на рынке.

При изготовлении товара советую использовать экологически чистые компоненты. Этот товар будет пользоваться спросом у людей с высокими доходами, соответственно нужно устанавливать цену выше среднерыночной. Для среднего класса нужно брать средние показатели.

Данный вид товара будет иметь спрос. это огромный рынок, который не до конца занят. На нём практически отсутствует качественный товар. Эту нишу нужно занимать и производить высококачественный товар.

Неохваченный сегмент

Средства для мытья посуды не охватывают такой сегмент, как люди пожилого возраста (пенсионеры). Конечно, в данной линейке товаров есть дешёвые моющие средства, но их не достаточно для удовлетворении всего спроса населения.

Вторым неохваченным сегментом являются люди с высоким уровнем дохода. Из всех представленных видов товара на данную группу направлен всего лишь один. Он не покрывает потребность населения с высоким доходом.

Выводы

Проведя исследования данного продукта, мы определили, что моющие средства очень актуальны в наше время. С каждым годом рост потребления продукта растет, что связано с его приемлемой ценой для потребителя.