+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Маркетинговый план вывода молочной продукции на рынок россии, 2016г

https://marketpublishers.ru/r/M0C5C9E8032RU.html
Дата: 30.11.2018
Страниц: 43
Цена: 45 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: M0C5C9E8032RU

## Описание

Данный отчет содержит анализ рынка островных ритейл точек молочных продуктов в России. Составлен маркетинговых план для открытия новой островной точки, поведен расчет эффективности маркетинговых мероприятий.

Выдержки из текста:

На данный момент, на государственном уровне в Российской Федерации отсутствует система сертификации, нет и самого сертификата понятия «экологически чистого продукта» Поэтому популярные этикетки с пометками «Эко», «Био» и «Органик» - это всего лишь маркетинговый ход, позиционирование, основанное на востребованных тенденциях потребительского спроса. Многие производители и ритейлеры молочной «экологически чистой» продукции, размещая подобные заявления и лейблы на упаковках собственной продукции и POS-материалах, стараются привлечь к себе большее количество покупателей

Покупатель идентифицирует продукт как натуральный и полезный для здоровья, у которого маленькие сроки хранения, от которого потребитель получает удовольствие и конечно же как отечественный продукт

На первый взгляд, целевая группа данной продукции кажется очень размытой, что типично для многих товаров рынка FMCG, так как круг потребителей молочной продукции довольно широк. С помощью построения дерева потребителя было определено основную целевую группу, на которую ориентирован продукт

Уровень конкуренции для товаров молочной промышленности велик, и рынок переполнен компаниями выпускающими идентичные молокопродукты как с пометкой фермерские

(эко), так и традиционные молочные продукты. Барьер входа на рынок достаточно высок, основными конкурентами в данном сегменте натуральных товаров являются следующие компании с брендами: «Избёнка», «ВкусВилл», «LavkaLavka», «Мясновъ», «Подворье»

Стадия запуска нового товара на рынок характеризуется небольшим объемом продаж с достаточно умеренным (небольшим) темпом роста. Новый товар или услуга постепенно начинают распространяться по каналам сбыта, целевая аудитория недостаточно осведомлена о существовании товара. Постепенно происходит накопление знания о товаре. Стадия запуска убыточна из-за больших первоначальных затрат на развитие товара (реклама, специальные ценовые и сбытовые акции, промо для потребителей, оплата выкладки товара и т.п.)

Процесс продвижения нового продукта на рынок можно условно поделить на несколько организационных этапов, каждому из которых соответствует свой исследовательский инструментарий

Неотъемлемым плюсом компании является то, что обслуживание клиентов, то есть непосредственных потребителей продукции, проводиться на очень высоком уровне. Персонал специально обучается коммуникации и искусству продавать данный товар. Концепция лояльности так же должна вывести продажи компании на высокий уровень. Очень часто покупателям важно не само качество потребляемого продукта, а с какой ценностью этот продукт ему преподносится. Ценность продукции «» заключается в том, что это фермерская натуральная продукция для всей семьи, которая ведет здоровый образ жизни

Проведено исследование методом фокус-группы, которое представляет собой групповую дискуссию, в ходе которой выяснилось отношение участников к молочной продукции. Опрошено 5 фокус-групп, численность которых составляла по 8 человек. Среди которых, 4 женщины и 2 мужчины. Все участники относятся к среднему классу. Длительность дискуссии составляла 2 часа

Компания при данных рыночных условиях должна доказать свою жизнеспособность. И позиция у компании: 100%ная важность стать лидирующей компанией на рынке по производству натуральной молочной продукции

Целью внешнего маркетинга является лидирующей позиция компании на рынке по производству натуральной молочной продукции. В течение периода создания «Молочные луга» необходимо сформировать имидж, добиться узнаваемости бренда, реализовать

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

имиджевое позиционирование

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Содержание

**1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА**

1.1. Суть проекта
1.2. Ассортимент продукции и технологии
1.3. Целевая аудитория

**2. АНАЛИЗ РЫНКА**

2.1. Конкуренты
2.2. Потребители

**3. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН**

3.1. Программа вывода продукта на рынок
3.2. Разработка маркетинговой стратегии выведения нового продукта. Матрица Ансофа
3.3. Определение оптимальной концепции нового продукта
3.4. Создание формулы продукта
3.5. Комплексное тестирование брэнда. Фокус – группа
3.6. Продвижение на конкретном рынке, конкретными методами

**4. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗРАБОТАННОЙ КОНЦЕПЦИИ**

**ХОЛИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА КОМПАНИИ «МОЛОЧНЫЕ ЛУГА»**

**СПИСОК РИСУНКОВ**

Рисунок 1. Логотип бренда

**СПИСОК СХЕМ**

Схема 1. Технологическая схема производства масла методом сбивания
Схема 2. Технологическая схема производства пастеризованного молока
Схема 3. Технологическая схема производства коровьего цельного отборного молока
Схема 4. Технологическая схема производства кефира резервуарным методом
Схема 5. Технологический процесс производства охлажденной творожной массы
Схема 6. Ассортимент первого этапа
Схема 7. Ассортимент второго этапа

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Схема 8. Дерево потребителя

## СПИСОК ПРИЛОЖЕНИЙ

Приложение 1. Расчеты к таблице ххх

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Список Таблиц

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Результаты опроса по расхождению параметров
Таблица 2. Ценообразование методом прямых издержек
Таблица 3. Оценка возможности реализации стратегии проникновения
Таблица 4. Оценка возможности реализации стратегии развития рынка
Таблица 5. Оценка возможности реализации стратегии развития товара
Таблица 6. Оценка возможности реализации стратегии диверсификации
Таблица 7. Результаты анализа согласно матрицы Ансоффа
Таблица 8. SWOT-анализ
Таблица 9. Список вопросов, которые были заданы респондентам
Таблица 10. Программы для проведения тестового маркетинга в компании «Молочные луга»
Таблица 11. Бюджет на внешний маркетинг
Таблица 12. Бюджет на внутренний маркетинг
Таблица 13. Бюджет внедрения программы маркетинга сроком на 1 год
Таблица 14. Доходы от внедрения программы маркетинга
Таблица 15. Расчет уровня риска проектов в компании «Молочные луга»
Таблица 16. Шкала границ риска
Таблица 17. Анкета оценки компетентности Экспертов
Таблица 18. Экспертная оценка разработанной программы холистического маркетинга

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Список Диаграмм

## СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Частота покупки молочной продукции
Диаграмма 2. Сегментирование рынка по видам молочной продукции
Диаграмма 3. Сегментация по основным потребителям продукции
Диаграмма 4. Сегментирование по критериям воздействия на потребителей
Диаграмма 5. Сегментирование по отношению к изменениям упаковки
Диаграмма 6. Сегментирование по отношению к ценам конкурентов

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

## Оформление заказа

Название: Маркетинговый план вывода молочной продукции на рынок россии, 2016г

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/M0C5C9E8032RU.html

Цена: 45 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

## Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/M0C5C9E8032RU.html