

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/103395>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Маркетинг продаж

-

Уважаемые коллеги!

Перед вами пример практической адаптации перечня вопросов по конкурентной разведке для организаций фин. сектора.

Вы должны трансформировать формулировки вопросов таким образом, чтобы это было корректно для вашей сферы деятельности.

Оставьте только те вопросы, которые вы считаете важными на вашем рынке применительно к вашей организации. Под «Важными» я имею ввиду для регулярного мониторинга. Те, что не важны для вас – уберите. Если Вы чувствуете, что какого-то вопроса не хватает – добавьте его.

Важно: колонка 1 в таблице вопроса №11 является для вас обязательной к заполнению.

Лишний раз напоминаю – вы не должны давать ответы на эти вопросы, вы должны создать идеологическое пространство для исследований.

1. Какие банки оказывают услуги, прямо конкурирующие с нашими (вид и ассортимент)?

2. Какие компании предоставляют косвенно конкурирующие услуги?

Ответ: «Икеа», «OBI», «Castorama»

3. Какова доля конкурентов на рынке, в том числе в разрезе наших целевых сегментов?

Ответ: «Икеа» - 12%, «OBI»-22%, «Castorama» - 33%

4. Насколько прочно их положение на рынке?

Ответ: Достаточно стабильное и прочное. История работы на рынке, а также иностранные инвестиции и высокий уровень менеджмента этому способствуют

5. Какие компании-конкуренты характеризуются наиболее быстрым ростом?

Ответ: «Икеа»

6. Как можно объяснить их успех?

Ответ: высокий уровень сервиса и соответствии продукции тенденциям спроса

7. Что лежит в основе преданности клиентов конкурирующих компаний?

Ответ: лояльность к бренду, программы лояльности.

8. Какие уязвимые места (Используемые ресурсы или создаваемые ресурсы материалы услуги, персонал, преданность клиентов, оборудование, высокое качество взаимоотношений, финансы, известность и заметность торговой марки) можно обнаружить в их деятельности?

9. Какими конкурентными преимуществами, (а) по нашему мнению и (b) по мнению рынка, обладают наши основные и косвенные конкуренты или о каких преимуществах они заявляют?

Конкурент Конкурент 2

(a) (b) (a) (b)

эффективность управления

вспомогательные услуги

коммерческие условия

финансовая стабильность

полнота (сбалансированность) ассортимента товаров и услуг

гарантии

лицензирование - внутреннее и внешнее

навыки маркетинговой деятельности

способность к самостоятельному решению проблем

производственные мощности

защита - юридическая и неофициальная

качество менеджмента

технические консультации/совместные исследования

послужной список и имидж
полученные рекомендации
дистрибьюторская сеть
франшизы
географическое положение
связи с отраслями, в которых работают клиенты
владение торговыми марками
патенты
качество товаров/услуг
качество маркетинга
репутация
объем деятельности
техническая поддержка
уникальные торговые предложения
....

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/103395>