

*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/136185>

**Тип работы:** Контрольная работа

**Предмет:** Маркетинг

-

В состав «объединенные кондитеры» входят 3 крупные марки: «Бабаевские», «Рот Фронт», «Красный октябрь».

Миссия компании: «Верь в себя, видь цель, быть лидером».

Разрабатывая сладости, в первую очередь, компания думает о своих потребителях. «Объединенные кондитеры» хотят, что бы изделия приносили радость в каждый дом и счастья становилось больше!

Компания гордится богатым наследием мастеров, поскольку у каждой фабрики был свой легендарный кондитер, именно поэтому каждый сотрудник своим трудом стремится преумножить достигнутое и внести свой вклад в развитие предприятия.

Компания «Объединенные кондитеры» выбирает стратегию дифференцированного маркетинга, то есть для каждого выбранного сегмента рынка разрабатывается соответствующий комплекс маркетинга.

Конфеты марки «Красный октябрь» в-первую очередь позиционируются на рынке, как конфеты с историей.

Главное уникальное торговое предложение марки – попробовать вкус детства и погрузиться в воспоминания. Именно поэтому эти конфеты являются любимыми наших бабушек. А взрослое поколение привило любовь к этим кондитерским изделиям и подрастающее поколение.

Таким образом, можно сказать, что «Красный Октябрь» выбирают сегмент, состоящий из покупателей, которые привыкли к определенному вкусу «из детства» т.е это старшее поколение и разрабатывает рекламные кампании определенно подходят под сегмент.

-

*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/136185>