

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ИГРОВЫХ ПРИСТАВОК В Г. МИАССЕ

Выполнил: Черных А.С.

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОБЛЕМА И ЦЕЛЬ

- Выход на новый территориальный рынок – г. Миасс
- Цель – сбор и обработка информации, анализ для принятия маркетинговых решений

ЗАДАЧИ

- 1. Составление социально-демографического портрета потребителя
- 2. Определение платёжеспособности потребителя
- 3. Выявление покупательских предпочтений и мотивов покупки
- 4. Определение ассортимента продаж
- 5. Мониторинг цен
- 6. Оценка качества продукции
- 7. Выявление форм и средств продвижения с целью привлечения покупателей
- 8. Рекомендации в области усовершенствования маркетинговой политики

МЕТОДЫ СБОРА И ИСТОЧНИКИ ПЕРВИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

- Опрос, наблюдение, аудит розничных продаж, таинственный покупатель.
- Источники сбора первичной информации: потребители, конкуренты, торговый персонал.

МЕТОДЫ СБОРА И ИСТОЧНИКИ ВТОРИЧНОЙ ИНФОРМАЦИИ

- Анализ литературных источников, отчёты предыдущих периодов, данные статистики, интернет ресурсы.

Требования, предъявляемые к точности и надёжности исходных данных – 95%

СРОКИ

ЗАТРАТЫ

Наименование статьи затрат	Единица измерения	Затраты на единицу, руб.	Количество единиц	Сумма
1. Затраты на сбор вторичной информации				
1.1. Интернет услуги	-	-	-	0
1.2. Заработная плата исследователя	чел.	3000	1	3000
2. Затраты на сбор первичной информации				
2.1. Заработная плата исследователя (составителя анкет)	чел.	10000	2	20000
2.2. Заработная плата интервьюера	чел.	1000	1	1000
2.3. Затраты на составление анкет (тиражирование)	шт.	3	350	1050
2.4. Затраты на поощрение респондентов	шт.	1500	1	1500
2.5. Затраты на проведение "Таинственного покупателя"	чел.	1000	1	1000
2.6. Затраты на проведение аудита розничной торговли	чел.	1500	1	1500
2.7. Прочие затраты (канцтовары, телефонные расходы, транспорт)	-	-	-	2000
3. Затраты на анализ информации и предоставление полученной информации				
3.1. Затраты на обработку анкет, опросных листов	чел.	4000	1	4000
3.2. Заработная плата аналитика	чел.	3500	1	3500
3.3. Затраты на обработку и компьютерную вёрстку результатов	чел.	2500	1	2500
Итого				
				41050