**Сравнительная таблица конкурентов. Сравнение обувных магазинов (Спортмастер, Монро, Кари).**

**Критерии:**

1. Название компании.

2. Функции продукта.

3. Ценовая политика.

4. Каналы распространения.

5. Рекламные стратегии.

| **Критерий** | **Спортмастер** | **Монро** | **Кари** |
| --- | --- | --- | --- |
| Название компании | Спортмастер | Монро | Кари |
| Основные функции | Спортивная обувь, одежда | Обувь для всей семьи | Обувь для женщин и детей |
| Ценовая политика | Средний ценовой сегмент | Доступные цены, акции | Разнообразие цен, скидки |
| Каналы распространения | Офлайн и онлайн | Офлайн и онлайн | Офлайн и онлайн |
| Рекламные стратегии | Социальные сети, акции | Реклама в СМИ, интернет | Социальные сети, email-маркетинг |
| Уровень клиентского сервиса | Поддержка через чат, телефон | Поддержка через email, телефон | Чат, телефон, отзывы клиентов |

6. Уровень клиентского сервиса.

**Вывод**

1. **Лидеры по ключевым параметрам:**
   * **Спортмастер** выделяется широким ассортиментом спортивной обуви и одежды, что делает его популярным среди активных покупателей.
   * **Монро** предлагает доступные цены и разнообразие моделей для всей семьи, что привлекает ценящих экономию клиентов.
   * **Кари** фокусируется на женской и детской обуви, что делает его привлекательным для целевой аудитории, ищущей стильные и удобные решения.
2. **Слабые стороны конкурентов:**
   * **Спортмастер:** может быть менее доступен в небольших городах, что ограничивает его клиентскую базу.
   * **Монро:** ограниченный выбор специализированной спортивной обуви, что может отпугнуть более требовательных покупателей.
   * **Кари:** высокая конкуренция в сегменте женской обуви, что требует постоянного обновления ассортимента и акций.
3. **Возможности для улучшения продукта:**
   * Увеличение ассортимента специализированной обуви в **Монро** для привлечения более активных клиентов.
   * Разработка программ лояльности и акций для привлечения клиентов в **Спортмастер**, что может повысить их удержание.
   * Улучшение клиентского сервиса **в Кари**, например, внедрение онлайн-консультаций и более активное использование отзывов клиентов для повышения качества обслуживания.