**Задание 1: Создание SWOT-анализа для продукта**

**Шаги для выполнения задания:**

**1. Сильные стороны (Strengths):**

* Широкий ассортимент товаров.
* Наличие популярных брендов.
* Высокий уровень сервиса и поддержки клиентов.
* Удобный интерфейс сайта с возможностью фильтрации товаров по различным параметрам.

**2. Слабые стороны (Weaknesses):**

* Ограниченная программа лояльности для постоянных покупателей.
* Высокая стоимость доставки в отдаленные регионы.
* Недостаточное количество отзывов от пользователей на сайте.

**3. Возможности (Opportunities):**

* Расширение ассортимента за счет новых категорий товаров (например, умная техника).
* Внедрение программы кэшбэка и бонусов для привлечения и удержания клиентов.
* Партнерство с крупными ритейлерами для увеличения продаж.

**4. Угрозы (Threats):**

* Конкуренция со стороны крупных маркетплейсов (Ozon, Wildberries).
* Увеличение затрат на логистику из-за роста цен на топливо.
* Законодательные изменения, влияющие на импорт товаров.

**Результаты SWOT-анализа:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Слабые стороны** | |
| Широкий ассортимент товаров | Ограниченная программа лояльности | |
| Популярные бренды | Высокая стоимость доставки | |
| Высокий уровень сервиса | Недостаток отзывов | |
|  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Возможности** | **Угрозы** |
| Расширение ассортимента | Конкуренция с маркетплейсами |
| Программа кэшбэка и бонусов | Увеличение затрат на логистику |
| Партнерство с ритейлерами | Законодательные изменения |

**Задание 2: Определение целевой аудитории**

**Шаги для выполнения задания:**

**1. Демографические признаки:**

* Возраст: 20–60 лет.
* Пол: Мужчины и женщины.
* Доход: Средний и выше среднего.

**2. Географические признаки:**

* Города-миллионники и крупные региональные центры.
* Преимущественно жители городских районов.

**3. Поведенческие признаки:**

* Покупают бытовую технику для улучшения качества жизни.
* Часто совершают покупки онлайн.
* Ищут выгодные предложения и акции.

**4. Психографические признаки:**

* Ценят комфорт и функциональность.
* Следят за трендами в области технологий.
* Стремятся к экономии времени и ресурсов.

**Результаты определения целевой аудитории:**

**Целевая аудитория:**

* **Демография:** 25–45 лет, мужчины и женщины, средний и выше среднего доход, среднее специальное и высшее образование.
* **География:** Города-миллионники и крупные региональные центры, преимущественно городские районы.
* **Поведение:** Покупки бытовой техники для улучшения качества жизни, частые онлайн-покупки, интерес к акциям и выгодным предложениям.
* **Психография:** Ценность комфорта и функциональности, следование технологическим трендам, стремление к экономии времени и ресурсов.