

Keys study №1

Siz kanselyariya tovarlari savdosiga ixtisoslashgan "Stil" kompaniyasining yetakchilaridan birisiz. Kompaniyaning Toshkentda, Garden Ring ichida joylashgan o'z do'koni bor. Do'konda mahsulotlarning keng assortimenti taklif etiladi, ularning aksariyati chet eldan keladi.

"Uslub" uch yildan beri mavjud bo'lib, xaridorlarning muhim qismi kompaniyaning doimiy mijozlari hisoblanadi. Yaqinda kompaniya o'zini mustahkam o'rnatdi va o'z faoliyatini kengaytirishga qaror qildi. Siz kompaniyada favvora qalamlari ishlab chiqaradigan kichik ustaxona ochish g'oyasini uzoq vaqtdan beri orzu qilgansiz. So'nggi paytlarda "Style" bir qator osilgan narsalarni sotib oldi, ulardan biri ajoyib ustaxonaga aylanishi mumkin. Siz allaqachon hunarmand sifatida ishlashga tayyor bo'lgan odamlar bilan suhbatlashdingiz va kerakli moliyaviy hisob-kitoblarni amalga oshirdingiz. Biroq, sizning hamrohingiz bu g'oyani ma'nosiz deb hisoblaydi va sizning moliyaviy baholaringizga kirishni xohlamaydi.

Uning fikriga ko'ra, "favvorali qalamlar 19-asr, bizning kompyuter asrimizda bunday injiq va unchalik funktsional bo'lmagan yozuv vositasini sotib olishga (va hatto buyurtma berishga) tayyor bo'lgan aqldan ozgan odamlar unchalik ko'p emas."

Sizningcha, bu fikr unchalik aqldan ozgan emas. Endi siz marketing kurslarida tahsil olmoqdasiz va olingan barcha bilimlar faqat sizning qat'iyatingiz va haqligingizga ishonchingizni oshiradi. Sizning hamrohingiz bilan so'nggi suhbatingiz u uchrashishga va ustaxona yaratish masalasini xotirjam muhokama qilishga rozi bo'lganligi bilan yakunlandi.

Ushbu munozarani muhokama qilib, u sizga shunday dedi: "Siz hozir marketing bo'yicha mutaxassissiz va men sizning marketing nazariyalaringiz bu haqda nima deyishini eshitishni xohlayman. Bu eksantrik mijozlar kimlar va nima uchun ular qalam bilan yozishlari kerak? Bundan tashqari, men ushbu qalamlarni o'zlari muhokama qilishga tayyorman: ular qanday yasalishi, dizayni va boshqalar.

Keys study masalasi bo'yicha muammolarini yeching.

Bo'lajak uchrashuvga tayyorgarlik ko'rayotganda, siz birinchi navbatda quyidagi savollarga javob berishga qaror qildingiz:

Sizning potensial mijozlaringiz kimlar? (segmentatsiya).

Xarid qilish xulq-atvorini aniqroq tavsiflash uchun iste'molchi xatti-harakatlari haqida qanday ma'lumotlar kerak?

Siz ishlab chiqarmoqchi bo'lgan mahsulotning mohiyati nimada, haqiqiy va qo'shimcha mahsulot nima (uch darajali tahlil)?

Taklif etilayotgan mahsulot uchun joylashishni aniqlash strategiyasini ishlab chiqing.

2-topshiriq. "Keys study" muammoli vaziyat masalasini yechish.

Keys study №2

Siz mahsulotlarni sotish va reklama qilishda muammolarga duch kelgan xususiy nashriyot firmasiga marketing bo'yicha mutaxassis sifatida taklif qilindingiz. "Labirint" kompaniyasi bibliografiya va avtobiografiyalarni nashr etishga ixtisoslashgan. "Labirint" ofisi Moskvada joylashgan. Kompaniyaning mahsulotlari MDH bo'ylab nashriyot shartnoma tuzadigan kitob do'konlari tarmog'i orqali sotiladi yoki Moskvadagi omborlardan ulgurji xaridorlarga (jismoniy shaxslar va tashkilotlar) sotiladi.

Kompaniya 6 yil avval tashkil etilgan va MDH kitob bozorida mustahkam o'rin egallagan. O'tgan yillar davomida "Labirint" ko'plab G'arb nashriyot kompaniyalari bilan hamkorlikni rivojlantirdi. "Labirint" qator taniqli siyosiy arboblari, aktyorlar, tadbirkorlarning tarjimai holi, avtobiografiyasi va xotiralarini tarjima qilish va nashr etishning mutlaq huquqiga ega. Biroq, so'nggi paytlarda odatiy ixtisoslikdan voz kechish va oddiy o'quvchiga juda yoqadigan adabiyotlarni nashr etish kerak degan fikr paydo bo'ldi.

Kompaniya rahbarining fikricha, "kompaniyaning yuzini saqlab qolish kerak, lekin reklama strategiyasini ishlab chiqishga malakaliroq yondashish kerak". Marketing bo'yicha maslahatchi sifatida sizga kompaniya mahsulotlarining potensial iste'molchilari kim ekanligini tahlil qilish topshirildi.

Keys study masalasi bo'yicha muammolarini yeching.

Firma rahbari bilan bo'lajak uchrashuvga tayyorgarlik ko'rish jarayonida siz quyidagi masalalar bo'yicha o'z fikringizni bildirishga qaror qildingiz:

"Labirint" mahsulotlarini kitob bozorining qaysi segmentlari uchun mo'ljallangan bo'lishi mumkin?

Maqsadli strategiyani ishlab chiqish uchun har xil turdagi iste'molchilar haqida qanday ma'lumotlar kerak?

Kompaniya uchun maqsadli strategiyani shakllantirish va asoslash.