1. Локація - розташування фірми відносно місцевих ринків та конкурентів
2. Доступність - легкість доступу до офісу та побутової інфраструктури для співробітників та клієнтів
3. Ринкова потреба - розмір та потенціал цільового ринку для послуг консалтингу маркетингу
4. Реклама - можливості для маркетингової кампанії та реклами на місцевому ринку

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Коефіцієнт  вагомості | пр-т. Слобожанский, 48 | | Зоряний бул., 1м | | вул. Харківська, 8А | |
| Рейтинг | Оцінка | Рейтинг | Оцінка | Рейтинг | Оцінка |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| 1. Локація | 0,3 | 4 | 1,2 | 3 | 0,9 | 2 | 0,6 |
| 2. Доступність | 0,2 | 3 | 0,6 | 3 | 0,6 | 4 | 0,8 |
| 3. Ринкова потреба | 0,4 | 2 | 0,8 | 1 | 0,4 | 4 | 1,6 |
| 4. Реклама | 0,1 | 2 | 0,2 | 2 | 0,2 | 4 | 0,4 |
| Всього | 1 | 11 | 2,8 | 9 | 2,1 | 16 | 3,4 |