Анкета участника конкурса

на разработку маркетингового решения

|  |  |
| --- | --- |
| ФИО контактного лица для разработки маркетингового плана |  |
| Телефон |  |
| Е-mail |  |

**Информация о товаре (услуге)**

|  |  |
| --- | --- |
| Компания |  |
| Продвигаемый товар |  |
| Торговая марка |  |
| Основное назначение (применение) |  |
| Основные характеристики товара |  |
| Дополнительные услуги и условия |  |
| Конкуренты |  |
| Конкурентные преимущества |  |
| Позиционирование |  |
| Стадия жизненного цикла товара |  |

**Информация о цене товара (услуги)**

|  |  |
| --- | --- |
| Цена товара |  |
| Ценовая политика по отношению к конкурирующим продуктам (компаниям) |  |
| Отношение к ценовой конкуренции (распродажи, скидки, сниженные цены) |  |

**Организация продаж**

|  |  |
| --- | --- |
| **Покупатели** | |
| Средний объем покупки |  |
| Типы торговых точек |  |
| Региональность |  |

**Целевая группа (сегменты)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Конечные покупатели** | |
| Группа влияния |  |
| Конечные пользователи |  |
| Соц-дем характеристики |  |
| Стиль жизни |  |
| Мотивы покупки |  |
| **Оптовые покупатели (корпоративные программы)** | |
| Группа влияния |  |
| Конечные пользователи |  |
| Соц-дем характеристики |  |
| Стиль жизни |  |
| Мотивы покупки |  |

**Маркетинговые цели**

|  |  |
| --- | --- |
| Увеличение объема продаж (% от существующего, целевая группа, регионы) |  |
| Увеличение доли рынка |  |
| Запуск нового товара |  |
| Запуск модификации существующего товара |  |
| Иное |  |

**Цели маркетинговой кампании**

|  |  |
| --- | --- |
| Увеличение известности |  |
| Имидж |  |
| Мотивация к покупке |  |
| Равновесие по рекламным усилиям с конкурентами |  |
| Иное |  |

**Задание на разработку**

|  |  |
| --- | --- |
| Запрос на работу |  |
| Какие средства обязательно следует использовать |  |