



ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Анализ рынка профнастила
и металлочерепицы



План действий:



- 1. Поддержка всех уже действующих процессов**
- 2. Выполнение текущих задач и целей**
- 3. Доработка Бренд Бука и сайта**
- 4. Разработка Пресс-Релиза (работа со СМИ)**
- 5. Создание ключевых показателей эффективности и определение их целевые значения, которых мы должны достичь и контролировать.**
- 6. Подготовка и проведение собственных мероприятий, для популяризации продукции**
- 7. Участие в выставках, конференциях и форумах.**
- 8. Маркетинговый анализ***
- 9. Разработка маркетинговой стратегии**
- 10. Создание маркетингового плана на 3-5 лет**
- 11. Создание маркетингового бюджета (коррекция себестоимости продукта)**
- 12. Развитие сеть дистрибуции**

*(объем рынка, динамика рынка, доля рынка основных участников, уровне цен, доли ассортиментных групп и торговых марок, уровне дистрибуции участников рынка (их охват рынка), доли представленности продукции участников рынка («доли на прилавке»), общая количество клиентов (потребителей на рынке), количество знающее Вашу фирму, количество, покупает ее продукцию, количество лояльных к Вашей продукции покупателей, места совершения покупки, факторы выбора того или иного продукта или торговой марки, частота совершения покупки, социально-демографический портрет покупателей или отраслевой для B2B, сегментация рынка и потребителей и прочее.

Цель расширение рынка:

Рынок профнастила и металлочерепицы ожидают сложные времена. Это связано, главным образом с тем, что объёмы потребления строительных материалов в ближайшее время значительно сократятся (как из-за уменьшения объёмов строительства, так и из-за падения покупательской способности).

Но учитывая, что профнастил и металлочерепица относится к сегменту не дорогого строительного материала все же продолжит пользоваться спросом в период нестабильности, когда цена становится одним из основополагающих факторов выбора потребляемой продукции.

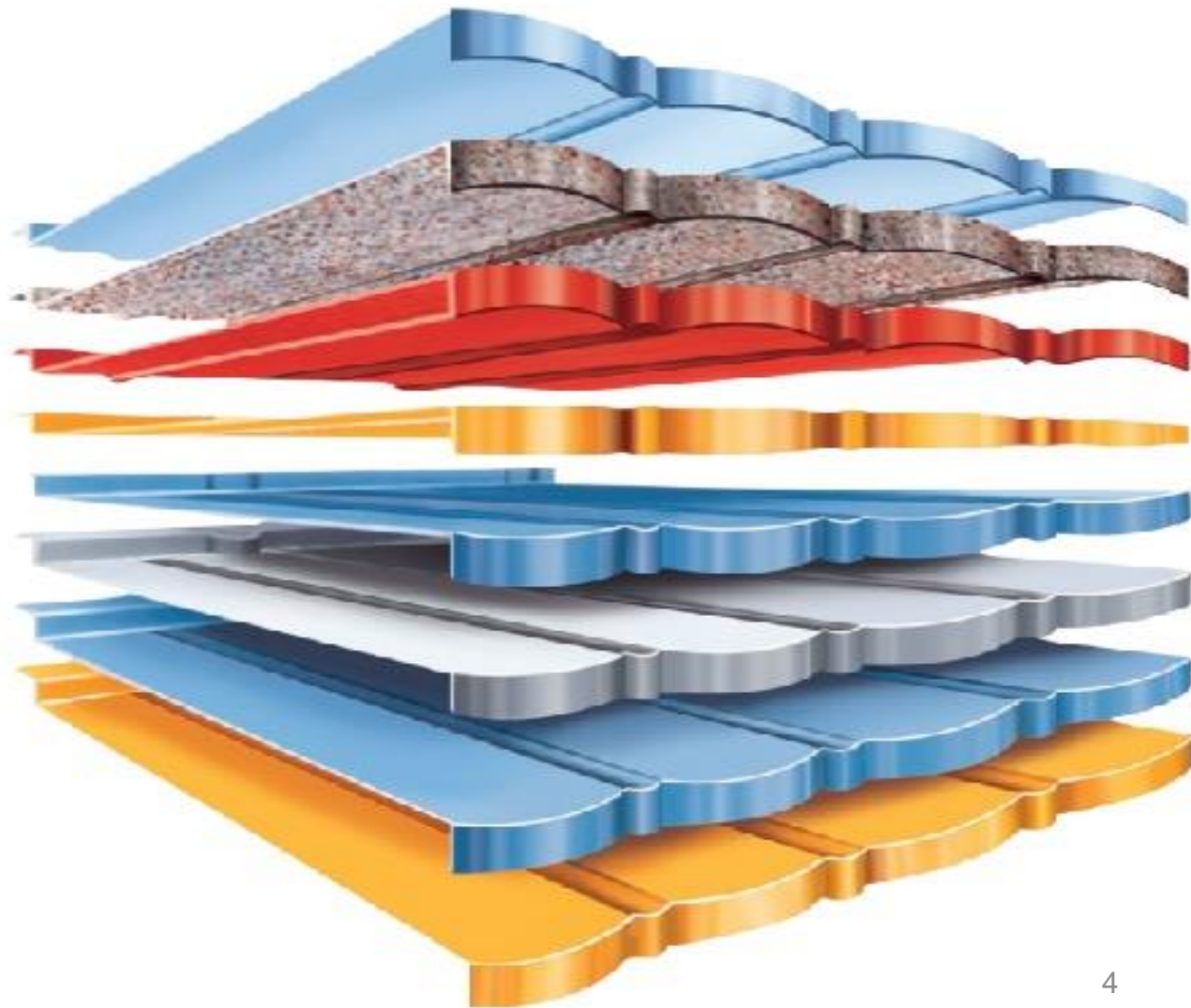


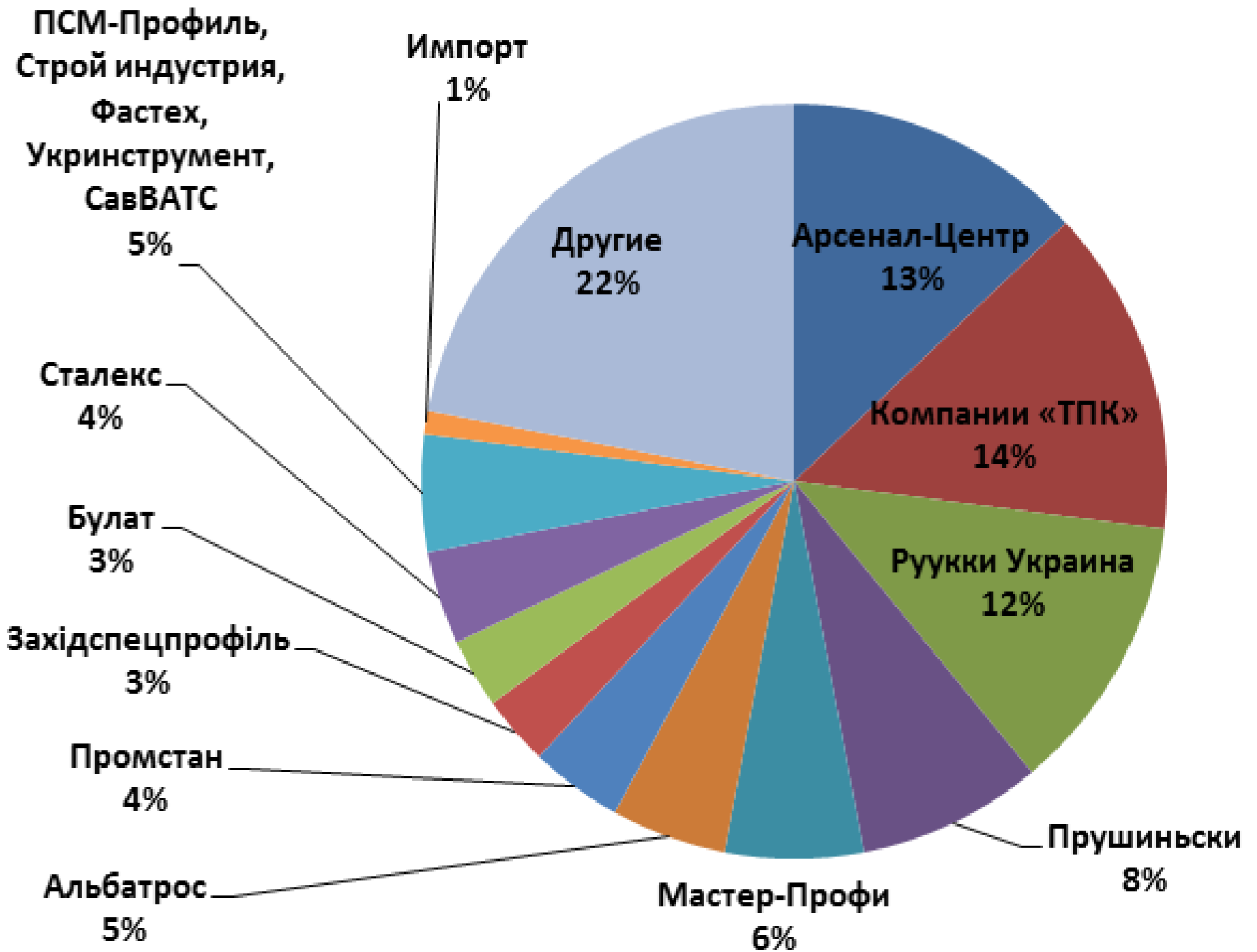
Основные конкуренты:

По стране порядка 50 предприятий, которые производят профнастил и металочерепицу. Среди них три компании занимают примерно 50% рынка - ПГ «Арсенал-Центр», компании «ТПК» и «Руукки Украина».

Далее:

- Прушиньски
- Мастер-Профи
- Альбатрос
- Промстан
- Західспецпрофіль
- Булат





Увеличить продажи поможет:

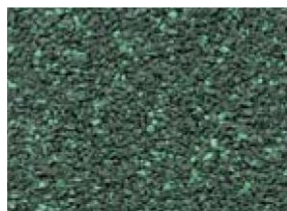
- ✓ расширение цветовой и фактурной палитры
- ✓ расположение в местах продажи выставочных панелей (стендов)
- ✓ разработать и внедрить программу поощрения и лояльности для клиентов



coffee
кофейный



charcoal
серый



greenstone
зеленый



black
черный



red
красный



terra-cotta
терракота



blue
синий



bordeaux
бордо



brown
коричневый



bourgogne
бургун



ocher



rustic



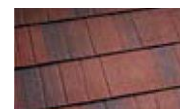
antique grey



walnut



antique red



brown black



red-brown



moss green



brindle



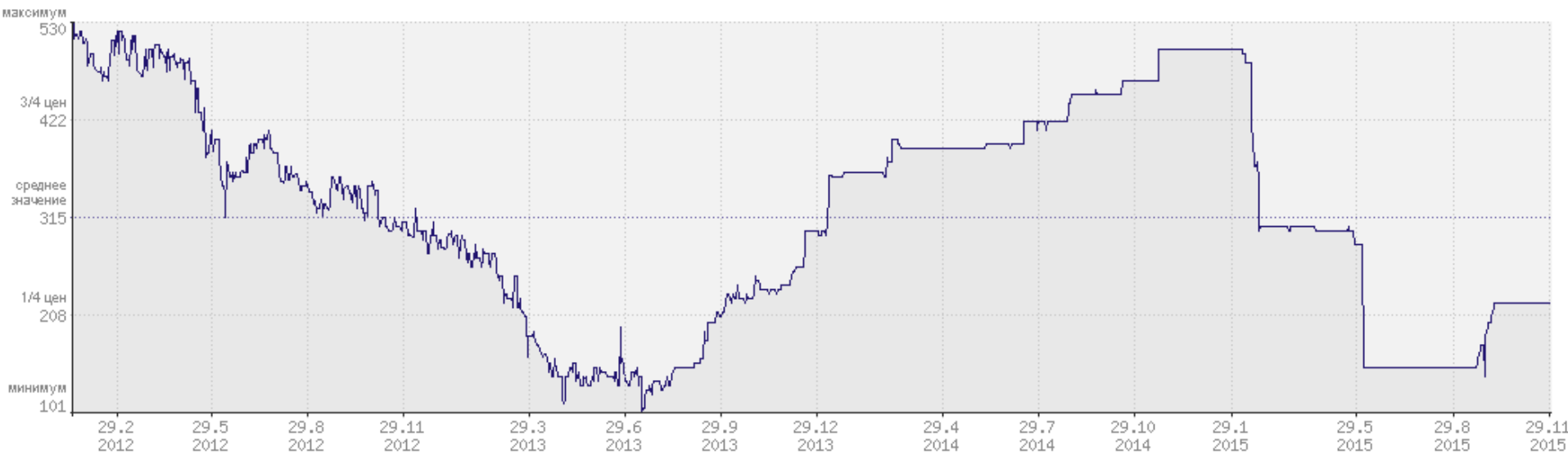
tuscany

Внешний анализ:

Украинская гривна в 2016 году может потерять до 20% своей нынешней стоимости, что непременно приведет к падению покупательской способности и как следствие уменьшению спроса на профнастил и металочерепицу.

В свою очередь на рынке сырья будет наблюдаться падение мировых цен на основные сырьевые компоненты примерное падение может достигнуть 15% за год.

Сравнив данные показатели стоит ожидать удорожание производимой продукции примерно минимум на 5% от нынешнего уровня в гривневом эквиваленте.





ЧУВСТВО ЗА БЖУМАЖУЕ!

