

Описание и анализ особенностей потребительского рынка, влияние внешних факторов на объем и структуру сбыта

Продукт, услуга	Потребители	Требования к товару	Обеспечение

- В этом разделе предпринимателю необходимо объяснить потенциальным партнерам и инвесторам основные элементы своего плана маркетинга. Для каждого товара необходимо разработать собственные детализированные планы. Это будут планы по выпуску отдельных товаров или групп товаров, планы рыночной деятельности, планы развития конкретных производств для новых товаров и т.п. Вся совокупность этих планов и является «планом маркетинга» фирмы

Здесь целесообразно изложить основное: какая стратегия маркетинга принята на фирме, как будет продаваться товар — через собственные фирменные магазины или через оптовые торговые организации; как будут определяться цены на товары и каков ожидаемый уровень прибыльности на вложенные средства; как предполагается добиваться постоянного роста продаж — за счет расширения рынка сбыта или за счет поиска новых форм привлечения покупателей; как будет организована служба сервиса и сколько на это понадобится средств; как предполагается добиться хорошей репутации товаров и самой фирмы в глазах общественности.

- Таким образом, в данный раздел следует обязательно включить следующие пункты: цели и стратегии маркетинга; ценообразование; каналы распространения товара; методы стимулирования продаж; организация послепродажного обслуживания клиентов; реклама; формирование общественного мнения о фирме и товарах.
- При рассмотрении вопросов, связанных с целями и стратегиями маркетинга, необходимо на основе результатов стратегического планирования деятельности фирмы детализировать цели маркетинга по: продаже конкретных товаров (услуг) в отдельности; проникновению на конкретные рынки; перспективам роста рынков благодаря новым покупателям, выпуску новых товаров и предложению новых
- услуг; конкурентной борьбе на рынках и т.д.

- Каковы цели рекламы?
- Как соотносятся эти цели с целями фирмы?
- Каковы планируемые расходы на рекламу?
- Какие каналы рекламы предполагается использовать?
- Каков фирменный стиль рекламы продукции вашей фирмы?
- При формировании общественного мнения необходимо ответить на вопросы:
 - Следует ли фирме создавать подразделение связи с общественностью?
 - Целесообразна ли организация встреч с общественностью и представителями СМИ?
- На все перечисленные в данном разделе бизнес-плана вопросы желательно дать обоснованные и объективные ответы, которые должны быть подкреплены экономическими расчетами. Одновременно целесообразно решить вопрос о создании службы маркетинга (менеджера по маркетинговой деятельности).

Вид рекламы	Периодичность	Стоимость	Эффективность
Рассылка предложений			
Вывеска, щиты			
Теле-радиореклама			
Объявления в газетах			
Издание проспектов			
Презентация			
Подарки образцов			
Другие варианты			
Итого			