



Конкурс маркетингового мастерства от компании «S-TER».

Уважаемые участники Сибириады, новосибирская обувная компания S-TER проводит в рамках фестиваля свой конкурс и приглашает Вас принять участие.

Конкурс состоит из 2х туров:

Отборочный тур. Является заочным. В конкурсе принимают участие участники 2 тура Сибириады. Участие может быть как командным (3- 5 человек), так и индивидуальным. Задание необходимо сдать 23.02. до 10.00 в оргкомитет.

1.

Победители 1 тура приглашаются для участия в финале. С участниками проводятся консультации представителей компании, которые позволят справиться с финальным творческим заданием.

2. Финал. Участникам предстоит выполнить задание компании.

Участники первого тура получают по 8 эконо, вышедшие в финал-12 эконо.

Начисления эконо за **финал**:

за первый тур:

За I место начисляется по 15 эконо на человека

За II место начисляется по 12 эконо на человека

За III место начисляется по 10 эконо на человека.

За участие начисляется по 8 эконо на человека.

за второй тур:

За I место начисляется по 15 эконо на человека

За II место начисляется по 12 эконо на человека

За III место начисляется по 11 эконо на человека.

За участие начисляется по 10 эконо на человека

23-24 февраля вам будут предоставлены материалы, инструменты и инструкции, необходимые для создания образца новой продукции, проведена консультация по товару. В ходе стратегической сессии с маркетинговым консультантом вы четко поймете, какая задача перед вами стоит и как она должна решаться, т.е. какие средства её реализации у вас есть.

Отборочный тур. Маркетинговое исследование обувного рынка

Вы — независимый эксперт (группа экспертов) агентства, которое проводит исследование рынка комфортной молодежной обуви для заказчика — производителя обувной фабрики S-TEP.

Предприятие 10 лет на рынке, производит комфортную повседневную мужскую и женскую обувь в стиле "casual" (кэжуал) (смотрите приложенный справочный материал)). В настоящее время компания работает над созданием молодежной коллекции обуви. Дополнительную информацию о компании и ее продукции вы можете найти на сайте: www.s-tep.ru

Ваше исследование поможет компании сориентироваться на потребителя.

1. Предмет исследования: мужская и женская обувь в стиле "casual" , представленная в вашем городе.
(название магазина (сети), ассортимент, торговые марки, цена, представлена ли обувь S-TEP (если да, то какова цена, ассортимент).
А) структурный анализ (пропорциональное соотношение торговых марок).
Б) ценовой мониторинг (определение нижнего и верхнего потолка цен, нахождение средней цены в данном сегменте).
2. Дайте экспертную оценку коллекции обуви S-TEP: присвойте всем моделям из представленной коллекции рейтинг на основании экспертного мнения 30 человек и выявите общее мнение: Какие модели понравились, а какие нет, возрастная группа различная – от родителей до сверстников. Укажите возраст респондентов, какую цену готовы заплатить за такую обувь.
3. Изучите предпочтения друзей: самая популярная обувь в молодежной среде, (14-18 лет) в том числе обуви S-TEP (Что выбрали или не выбрали из коллекции и почему)
А) обобщите мотивы, которые формируют предпочтения потребителей обуви. Проранжируйте их.
Кто или что влияет на выбор при покупке обуви.
Б) Приложите фотоотчет наиболее популярных моделей (3-5 в печатном виде, остальные в электронном).

ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТЕ.

Объем – до 5-ти страниц компьютерного текста (шрифт 12 – 14).

Титульный лист: указывается название команды, ФИО авторов эссе.

Работа сдается на печатном и электронном носителе.

При оценке выполненных заданий учитывается:

- умение применять теорию для анализа конкретной ситуации;
- стиль подачи материала, простота, логика изложения
- соответствие заявленной тематике, полнота исследования
- умение выявлять, аккумулировать и систематизировать информацию
- использование дополнительных данных для обоснования своего вывода с обязательной ссылкой на источник.

Финал конкурса Маркетинговое исследование обувного рынка.

1 этап: знакомство с продукцией компании S-ter. Команды будут проводить изучение потребительских предпочтений **24 февраля с 09.45 до 10.45** в для участников фестиваля.

Задача участникам: изучить потребительские предпочтения на продукцию среди участников Сибириады, в том числе:

1. составить опросный лист для участников
2. провести опрос участников Сибириады с целью изучения потребительского рынка.
3. оформить результаты в виде эссе.

Оценивается: способ подачи информации, знание специфики товара, реакция на нестандартную ситуацию, контактность, активность, находчивость, умение привлекать внимание, грамотность изложения результатов.

В рамках второго этапа вам будет предоставлена всесторонняя помощь сотрудников компании-производителя и опытного маркетингового консультанта.

Результаты работы должны быть представлены 24.02. в 20.00. в жюри.

2 этап. Задание - экспромт (на развитие творческих способностей и умение решать неординарные задачи).

Создание модели обуви, которая, по вашему мнению, станет хитом продаж.

По стопам Адидас: «Компания Adidas объявила о начале крупной рекламной кампании раскрашиваемых кед Adicolor, которая будет развиваться в течение 2006 года. Напомним, что каждый покупатель, после покупки пары белых кед Adicolor волен сам раскрасить их по своему желанию. Причем, вместе с кедами в коробке сразу поставляются баллончики с шестью красками».

Наша задача посложнее - создать модель обуви из имеющихся материалов.

1. Презентация плана рекламной кампании будущего хита (обоснование наиболее эффективных способов подачи рекламной информации не более 3 минут) состоится 24.02. в 20.00 в большом зале.

Критерии оценки результатов:

- Оригинальность и яркость представления созданного вами нового продукта
- Содержательность (полнота предоставления информации о товаре)
- Благозвучность (легкость запоминания слогана потребителем)
- Лаконичность (изложение идеи в слогане коротко и ясно)
- Определена и описана «уникальность торгового предложения» (отличие от конкурентов)
- Творческий потенциал команды
- Предприимчивость команды (способность придумать способ реализации идеи и быстрая реализация из подручных материалов)