

## Положение о Конкурсе маркетингового мастерства от компании «ЧУДО-КРОХА»



Конкурс является традиционным и проводится совместно с производителем головных уборов для детей и аксессуаров «ЧУДО-КРОХА».

Конкурс состоит из 2х туров:

1. Отборочный тур. Является заочным. В конкурсе принимают участие участники заключительного тура Сибириады. Участие может быть как командным (3- 5 человек), так и индивидуальным.

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

Задание отборочного тура необходимо сдать до 10.00. 01.03.17. в оргкомитет.

2. **Финал.** Стоит из 2х частей. 1) Знакомство с продукцией компании «Чудо кроха». Планируется показ всей производимой ассортиментной линейки и изучение мнения участников фестиваля о продукции «Чудо-кроха». 2) Участникам предстоит выполнить творческое задание компании.

Участники конкурса получают валюту «эконо», в соответствии с Положением о банке.

1 марта 2017г. участникам финала будут предоставлены материалы и инструкции, необходимые для выполнения финального задания, проведена консультация представителями заказчика. В ходе стратегической сессии с 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 рынка головных уборов и аксессуаров для детей.**



Вы — независимый эксперт (группа экспертов) агентства, которое проводит исследование рынка детских головных уборов и аксессуаров для заказчика — производителя товаров для детей торговой марки «ЧУДО-КРОХА».

#### **Кратко о компании:**

Группа компаний ЧУДО-КРОХА известна на рынках России и стран СНГ с 1997 г., как производитель высококачественной продукции для детей — головных уборов, шарфов, варежек, перчаток и других детских аксессуаров. Стильные и практичные изделия предназначены для детей с первых дней жизни и до 12 лет.

Мы предлагаем продукцию оригинального дизайна и высокого качества, выпускаемую под собственным брендом «Чудо-кроха». А также уникальные на российском рынке изделия мировых брендов Disney-Принцессы, Disney-Самолеты, Disney/Pixar-Тачки, Барбоскины, Маша и Медведь, Смешарики, Tom and Jerry, на изготовление которых компания имеет лицензии. Вся продукция проходит обязательную сертификацию.

Дополнительную информацию о компании и ее продукции вы можете найти на сайте: <http://www.чудо-кроха.рф>

Ваше исследование поможет компании найти новые перспективы развития и расширить рынок сбыта.

Предмет исследования: головные уборы (швейные плащевые, вязаные) и аксессуары (перчатки, рукавицы, варежки вязаные и швейные) для детей, представленные в вашем городе (населенном пункте).

1. Ответьте на вопрос – представлена ли продукция «Чудо-кроха». Если да, то какова цена, ассортимент и другие фиксируемые параметры?
2. Проведите структурный анализ. Какие магазины детских товаров есть в вашем регионе, какие торговые марки головных уборов и аксессуаров представлены, каково пропорциональное соотношение торговых марок? Занесите данные в таблицу.
3. Проведите ценовой мониторинг, определите нижнюю и верхнюю границу цен, среднюю цену в данном сегменте.
4. Дайте экспертную оценку коллекции (опираясь на электронный каталог):

Из представленной коллекции на основании экспертного мнения не менее 30 человек сформируйте десятку самых интересных моделей и выявите общее мнение: Что понравилось в этих моделях, а в других – нет? Возрастная группа различная – от сверстников до родителей, бабушек и дедушек. Укажите возраст респондентов, какую цену они готовы заплатить за понравившуюся модель. Что выбрали бы или не выбрали из коллекции и почему?

5. Изучите предпочтения друзей и родителей: самый популярный бренд детских и подростковых головных уборов и аксессуаров.
6. Обобщите мотивы, которые формируют предпочтения потребителей. Проранжируйте их. Какие факторы влияют на выбор при покупке головных уборов и аксессуаров?
7. Приложите фото наиболее популярных в вашем регионе магазинов, брендов и головных уборов.

**Фиксируемые параметры для проведения исследования:**

**Информация о торговой точке**

1. Название магазина
2. Количество торговых точек (если сеть)
3. Площадь магазинов
4. Расположение магазинов (центр, окраина, отдельно стоящий или в торговом центре).
5. Какая детская продукция представлена? (игрушки, обувь, одежда, головные уборы).
6. Какой объем от общей площади занимает одежда?
7. Сколько стеллажей с головными уборами и аксессуарами?
8. Какими торговыми марками представлены головные уборы и аксессуары?
9. Материал (состав)
10. Стоимость
11. Ассортимент (наименования изделий)
12. Программы лояльности магазина (скидки, иные бонусы)

Каждый новый магазин (сеть) записывается в новую строку.

Очень важно зафиксировать и занести в форму все параметры продукта, а также зафиксировать все марки исследуемой продукции, которые представлены в Вашем населенном пункте.

### **ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТЕ:**

Объем работы должен составить до 5-ти страниц компьютерного текста (шрифт 12 – 14) без приложений.

Титульный лист: указывается название команды, ФИО авторов эссе.

Работа сдается в печатном виде и на 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.

#### **Приложение к домашнему заданию.**

1. Электронный каталог по видам продукции  
<https://yadi.sk/d/SGnRXnML3ApDRf>
2. Форма для внесения данных исследования.

### **Форма для внесения данных исследования**

Название магазина	Количество торговых точек (если сеть)	Площадь магазинов	Расположение магазинов	Какой объем от общей площади занимает одежда	Сколько стеллажей с головными уборами и аксессуарами	Какими торговыми марками представлены головные уборы и аксессуары	Материал (состав)	Стоимость	Ассортимент	Программы лояльности (скидки, иные бонусы)

## Оценочный лист жюри отборочного тура конкурса «Маркетинг-МИКС»

Член жюри: \_\_\_\_\_

Шифр \_\_\_\_\_ Название команды \_\_\_\_\_

### Маркетинговое исследование «Домашнее задание»

Отслеживаемые параметры	Выводы
Соответствие заявленной тематике	
Полнота исследования	
Стиль подачи материала, логика изложения	
Умение выявлять, аккумулировать и систематизировать информацию	
Использование дополнительных данных для обоснования своего вывода с обязательной ссылкой на источник.	
Предполагаемое место команды	

1 марта 2017г. участникам финала предоставлены материалы и инструкции, необходимые для выполнения финального задания, проведена консультация представителями заказчика. В ходе стратегической сессии с консультантом вы четко поймете, какая задача перед вами стоит и как она должна решаться, т.е. какие средства её реализации у вас есть.

## Оценочный бланк жюри.

<b>Анкетирование 1 тур</b>						
Способ подачи информации						
Знание специфики товара						
Реакция на нестандартную ситуацию						
Контактность Активность Находчивость Умение привлекать внимание						
Грамотное содержание опросного листа						
(Полнота предоставления информации о товаре)						
Творческий потенциал команды						
Новизна идеи						
Выполнение обязательных требований						
Грамотность изложения результатов.						
<b>2 тур Слоган</b>						
благозвучность (легкость запоминания слогана потребителем)						
лаконичность (изложение идеи в слогане коротко и ясно)						
<b>Реклама (рекламная компания)</b>						
оригинальность и яркость представления новой марки						
<b>Реклама</b> 1-2 балла за каждый критерий						
Доступность						

Информативность						
Убедительность						
Оригинальность						
Остроумие						
Речь грамотная, эмоциональная						
Некорректная (снять от 1 до 3 баллов)						
Неэтичная (снять от 1 до 3 баллов)						
Личные качества участников: Контактность						
Обаяние						
Находчивость						
<b>Оценка сайта на кликабельность, удобство сайта, с точки зрения пользователя и какими?</b>						
предложены идеи улучшения сайта						
описаны инструменты привлечения покупателя						
ИТОГО						

Председатель оргкомитета,  
начальник управления



В.Н. Щукин