

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.

Анкетирование 1 тур						
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.						
2 тур Слоган						
благозвучность (легкость запоминания слогана потребителем)						
лаконичность (изложение идеи в слогане коротко и ясно)						
Реклама (рекламная компания)						
оригинальность и яркость представления новой марки						
Реклама 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						
Оценка сайта на кликабельность, удобство сайта, с точки зрения пользователя и какими?						
предложены идеи улучшения сайта						
описаны инструменты привлечения покупателя						
ИТОГО						

Председатель оргкомитета,
начальник управления



В.Н. Щукин