

## Положение о конкурсе маркетингового мастерства от компании «ЛН-Косметика»

Конкурс является традиционным и проводится совместно с производителем натуральной косметики ООО НПК «ЛН- Косметика»

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. 27.02.19. в оргкомитет.

2. **Финал.** Стоит из 2х частей. 1) Знакомство с продукцией косметической компании ЛН- Косметика. Планируется показ основных продуктов ассортиментной линейки и изучение мнения участников фестиваля о продукции. 2) Участникам предстоит выполнить творческое задание компании.

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

27 февраля 2019г. 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. Домашнее задание.

#### Маркетинговое исследование рынка натуральных косметических средств.

Вы — независимый эксперт (группа экспертов) агентства, которое проводит исследование рынка **натуральной косметики** для заказчика — производителя косметических продуктов ООО НПЛ «ЛН - Косметика».

#### Кратко о компании:

Научно производственная лаборатория «ЛН-Косметика» создана в 1997 г (<http://ln-cosmetika.ru>). Цель компании – разработка и продвижение высококачественной инновационной косметики и продуктов для здоровья. С момента основания компания стала лидером в области создания, производства и продвижения сухих косметических препаратов на основе минералов, солей и лекарственного растительного сырья. Компании принадлежит более 14 патентных изобретений, в том числе и в соавторстве с учеными Института неорганической химии им. А.В. Николаева СО РАН. Ассортимент ООО НПЛ «ЛН-Косметика» насчитывает более 250 наименований инновационных продуктов, среди которых особое место занимает абсолютно натуральная сухая косметика на основе минералов, солей и лекарственных растений. В ее арсенале – средства глубокой гигиены, увлажнения, питания, нормализации и восстановления любого участка кожи и многое другое.

Сухую косметику дополняют линии гелевых кремов с максимально натуральным составом, легкой текстурой и ярким положительным эффектом воздействия.

Минеральная декоративная косметика, не содержащая консервантов и дешевых плотных наполнителей – тальков и каолинов – позволяет обеспечить потребность натурального органического ухода за кожей, что с недавнего времени является постоянно растущим трендом.

Главной торговой маркой развиваемой компанией является «Секрет Красоты» (<http://skmlm.ru> – официальный сайт), которая активно занимается продвижением и продажей всей выпускаемой продукцией НПЛ «ЛН-Косметика» на рынке России и в странах ЕС (Литва, Латвия, Чехия, Италия).

Для первого знакомства с главным продуктом компании рекомендуем каждому участнику конкурса зайти на сайт <http://skmlm.ru> и на главной страничке по Баннеру №1 (Попробуй и прими решение) заполнить анкету. По итогу заполнения данной анкеты, сайт предложит участнику адрес, куда можно прийти и забрать свой семпл (пробник). Если же в городе нет представительства Компании, то Компания напрямую вышлет пробник по Почте. Все образцы предоставляются абсолютно бесплатно.

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

Предмет исследования: российские эко-косметические средства для очищения кожи лица (гели, пенки, мыло, пилинги), представленные в вашем городе (населенном пункте).

1. Проведите структурный анализ. Какие сетевые супер/гипермаркеты, аптеки, магазины, интернет-магазины товаров натуральных косметических средств для очистки кожи лица есть в вашем населенном пункте/регионе, какие торговые марки представлены? Занесите данные в таблицу.

2. Проведите ценовой мониторинг конкурирующей продукции в каждом сегменте, определите нижнюю и верхнюю границу цен, среднюю цену в данном сегменте, соберите информацию о конкурирующей продукции.

3. Для какой возрастной аудитории покупателей косметика данного сегмента предназначена?

Для каждого сегмента на основании полученного списка продукции и экспертного мнения не менее 30 человек сформируйте пятёрку самых востребованных продуктов и выявите общее мнение: что нравится в одном виде продукции, а в других – нет? Возрастная группа различная – от сверстников до родителей, бабушек и дедушек. Укажите возраст респондентов, какую цену они готовы заплатить за понравившийся продукт.

4. Изучите предпочтения друзей и родителей: самый популярный продукт в представленном сегменте, ассортименте.

5. Обобщите мотивы, которые формируют предпочтения потребителей. Проранжируйте их. Какие факторы влияют на выбор?

6. Приложите фото наиболее популярных в вашем регионе натуральных косметических продуктов.

7. По результатам проведенного исследования предоставьте экспертное заключение, включающее в себя обзор товаров-конкурентов, их сильные и слабые стороны, фотографии представленных товаров, приоритетные возможности для развития.

### **Фиксируемые параметры для проведения исследования:**

#### **Информация о торговой точке**

1. Название магазина, отдела, интернет-магазина
2. Количество торговых точек (если сеть)
3. Площадь магазинов (отделов)
4. Расположение магазинов (центр, окраина, отдельно стоящий или в торговом центре).
5. Какая продукция представлена?

#### **Информация о продукции:**

6. Название продукта.
7. Производитель.
8. Тип продукции (гель, пенка, мыло, пилинг и иные.)
9. Тип и объем упаковки.
10. Основные компоненты.
11. Активные добавки.
12. Цена.

Каждый новый магазин (сеть), аптека, отдел, 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. Каталог по видам продукции выпускаемый компанией можно изучить по ссылке: <http://skmlm.ru/products/>

## Форма для внесения данных исследования

Название магазина, аптеки, отдела, интернет-магазина	Количество торговых точек (если сеть)	Площадь магазина в их расположение	Направление работы магазина	Название продукта и производитель	Тип продукции	Тип и объем упаковки	Основные компоненты и активные добавки	Возрастная категория потребителей	Цена

### 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	

### Конкурс Маркетингового мастерства от компании ЛН- Косметика

#### 2 этап. ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ: Разработка маркетинговой концепции

Вы — креативное маркетинговое агентство полного цикла (предоставляете клиенту полный комплекс рекламных услуг — от идеи до размещения рекламы)

В агентство обратился производитель косметических средств – ООО НПЛ «ЛН-Косметика»

Вам поставлена задача — разработка маркетинговой концепции реализации косметических продуктов компании, предназначенных для подростков.

Выполнение задачи включает в себя следующие этапы:

#### 1. Сбор информации потребительских предпочтениях других участников Сибириады.

## 2. Разработка маркетинговой концепции реализации подростковых косметических продуктов.

### Этап 1. Сбор информации.

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

1. Изучить главную торговую площадку <http://skmlm.ru/> . Дать обратную связь по следующим показателям: удобство пользования, информативность, визуальный ряд, текстовая подача информации.
2. Составить опросный лист для участников
3. Провести опрос участников Сибириады с целью изучения потребительского предпочтения из двух категорий продуктов.
4. Оформить результаты в виде эссе.

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

### Этап 2. Разработка маркетинговой концепции.

Задача: разработать концепцию продаж серии подростковых продуктов, включающую в себя:

1. Предложения по визуальному образу продукта (включая внешний вид, объем и тип упаковки).
2. Рекламный слоган.
3. Концепцию рекламной кампании.
4. Проведение рекламной акции по продвижению продукта (презентация товара для членов жюри и участников Сибириады с использованием придуманных роликов и образцов продукции).

**Рекомендации:** использовать результаты опроса, проведенного среди участников конкурса, и информацию, собранную на отборочном этапе.

Результаты работы представить в виде короткой презентации продукта. Время презентации — 3- 5 минут.

Критерии оценки результатов:

- оригинальность и яркость представления 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)

### Бланк оценки жюри заключительного этапа.

НАЗВАНИЕ КОМАНД						
-----------------	--	--	--	--	--	--

<b>Этап 1. Сбор информации.</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 этап. Слоган</b>						
благозвучность (легкость запоминания слогана потребителем)						
лаконичность (изложение идеи в слогане коротко и ясно)						
<b>Реклама (рекламная компания)</b>						
оригинальность и яркость представления продукта						
<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						
Описаны инструменты привлечения покупателя						
<b>ИТОГО</b>						

Председатель оргкомитета,  
начальник управления



В.Н. Щукин