

Положение о конкурсе маркетингового мастерства от Группы Компаний «Дупленская» и ООО «Сибирский Пищевик»



Конкурс является традиционным и проводится совместно с производителями минеральных и питьевых вод – группой компаний «Дупленская» (<http://duplenskaya.ru/>) (<http://duplenskaya.ru/about/prodaction/>) и натуральных продуктов из экологически чистого сибирского сырья - ООО «Сибирский Пищевик» (Бренд «Столица Сибири») (<http://столицасибири.рф/>)

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. 26.02.20. в оргкомитет.

2. **Финал.** Стоит из 2х частей. 1) Знакомство с новой линейкой продукции Группы Компаний «Дупленская» и ООО «Сибирский Пищевик». Планируется показ продуктов ассортиментной линейки «Сибирские травяные напитки» 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.

Вечером 26 февраля 2020г. 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.

Домашнее задание.

Отборочный тур. Маркетинговое исследование рынка минеральной воды.

Вы – независимый эксперт (группа экспертов) агентства, которое проводит исследование рынка газированных и не газированных напитков, изготовленных с использованием натуральных компонентов российского производства, таких как:

1. Сокодержажие напитки (Малина, черноплодная рябина, клюква, смородина, облепиха и др.)
2. Травяные напитки (Шиповник, кедр, клюква, Иван-чай и др.)

1. Предмет исследования: газированные и не газированные напитки, изготовленные с использованием натуральных компонентов на водяной основе, в вашем регионе.

Исследование будет проходить по таким параметрам: ассортимент, торговая марка, цена. Исследование распространяется на все сети магазинов в вашем городе. («Магнит», «Пятерочка», «Горожанка», «Фасоль», «Мария-Ра», «Быстроном», «Ярче», «Гигант», «Сетка в Клетку» и т.д.)



А. Структурный анализ (какие торговые марки представлены, пропорциональное соотношение торговых марок)

В. Ценовой мониторинг (определение нижнего и верхнего потолка цен, нахождение средней цены в данном сегменте)

2. Дайте экспертную оценку предпочтения потребителей газированных и не газированных сок содержащих напитков в вашем регионе.

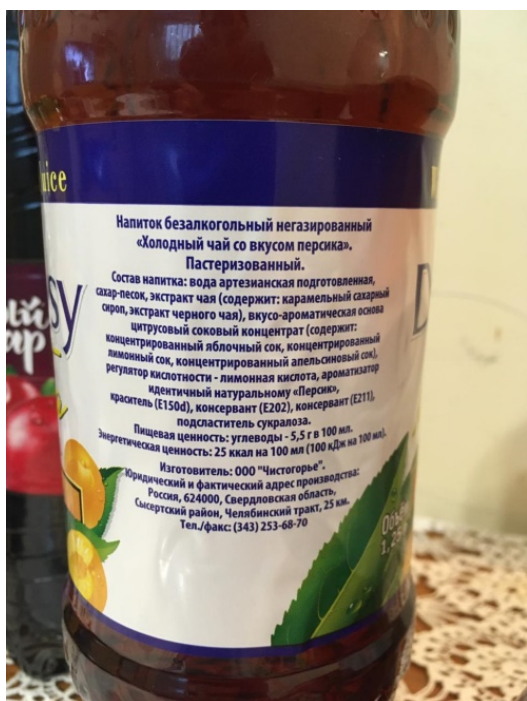
Присвойте всем имеющимся видам рейтинг на основании экспертного мнения 30 человек и выявите общее мнение: Какие из напитков нравятся, а какие нет, возрастная группа различия – от родителей до сверстников. Укажите возраст респондентов, какую цену готовы заплатить за напитки, состоящие из натуральных компонентов.

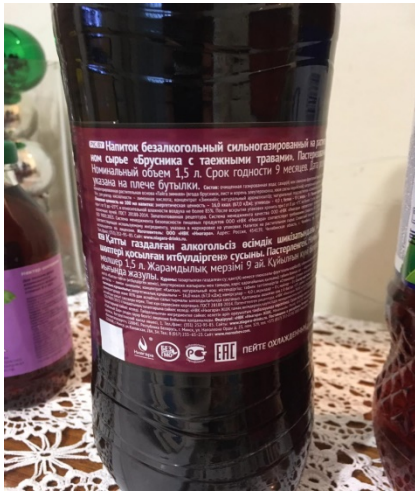
3. Изучите предпочтения друзей, исходя из их ответов, определите, какой напиток пользуется большей популярностью в молодежной среде (14-18

лет)

4. Обобщите мотивы, которые формируют предпочтения потребителей в выборе напитков с натуральными компонентами на водяной основе. Составьте список.

А. Приложи фотоотчет, как представлены напитки на полке магазина в





разных торговых сетях.

В. Приложите фото наиболее популярных в вашем регионе видов полезной газировки.

Фиксируемые параметры для проведения исследования

Информация о торговой точке:

1. Тип торговой точки

- Киоск (отдельно стоящее помещение)
- Сетевой супермаркет
- Несетевой небольшой магазин (до 300 кв.м)
- Гипермаркет
- Точка на рынке/ярмарке

2. Название торговой точки

3. Адрес торговой точки

Информация о продукте

1. Название

2. Производитель

3. Материал упаковки

- Пэт
- Стекло
- Алюминиевая банка

4. Объем упаковки

- 0,33
- 0,5
- 1
- 1,5

5. Цена без скидки

6. Тип напитка

- с газом
- без газа

Каждый новый продукт записываете в новую строчку или в столбик. Название, марка и т.д.

Очень важно зафиксировать и занести в форму все параметры продукта, а также зафиксировать все марки сок содержащих напитков, которые были представлены в магазине на момент визита.

Требования к работе

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

Титульный лист: указывается название команды, ФИО авторов Эссе.

Работа сдать в печатном виде и на электронном носителе.

При оценке выполненных заданий учитывается:

- 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 продукта, реакция на нестандартную ситуацию, контактность, активность, находчивость, умение привлекать внимание, грамотность изложения результатов.

В рамках второго этапа вам будет предоставлена всесторонняя помощь сотрудников компании.

Результаты работы должны быть представлены 27.02.20 в 20.00. в жюри.

2 этап: ТВОРЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ.

Вы — креативное маркетинговое агентство полного цикла (предоставляете клиенту полный комплекс рекламных услуг — от самой идеи до размещения рекламы) В агентство обратился производитель природной минеральной воды, который совместно с компанией производящей сладости из экологически чистого натурального сырья, разрабатывает полезные газированные и не газированные напитки, изготовленные на основе растительного сырья Российского производства. Новый вид напитка «Иван чай с сибирскими ягодами» на основе воды «Дупленская» для возрастной группы от 7 до 20 лет.

Поставлена задача — выведение на рынок нового продукта. Продукт представляет собой напиток нового поколения, содержащий в себе полезные свойства Сибирского Иван чая, ягод и минеральной воды «Дупленская».

Задача выведения на рынок нового продукта включает в себя следующие этапы:

1. придумать название продукта, включающее слово «Дупленская», «Иван чай», «Сибирь» «Ягоды»;
2. создать визуальный образ продукта, отразить его:
 - в рекламном образе, включающем элементы логотипов «Дупленская»;
 - в виде этикетки с использованием обязательных заданных параметров;
3. предложить рекламный слоган (короткое, яркое сообщение о продукте);
4. разработать концепцию рекламной компании;
5. провести рекламную акцию по продвижению продукта (презентация товара для членов жюри и участников Сибириады с использованием придуманных роликов).

Результаты креативной работы должны быть представлены 27.02.20 в 20.00 в виде короткой презентации продукта. Время презентации — 3- 5 минут.

Критерии оценки результатов:

- оригинальность и яркость представления новой марки;
- 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					
Этап 1. Сбор информации.					
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 этап. Слоган					
благозвучность (легкость запоминания слогана)					

потребителем)					
лаконичность (изложение идеи в слогане коротко и ясно)					
Реклама (рекламная компания)					
оригинальность и яркость представления продукта					
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					
Описаны инструменты привлечения покупателя					
ИТОГО					

Председатель жюри, заместитель министра



И.В. Мануйлова