



## 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/>) 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.

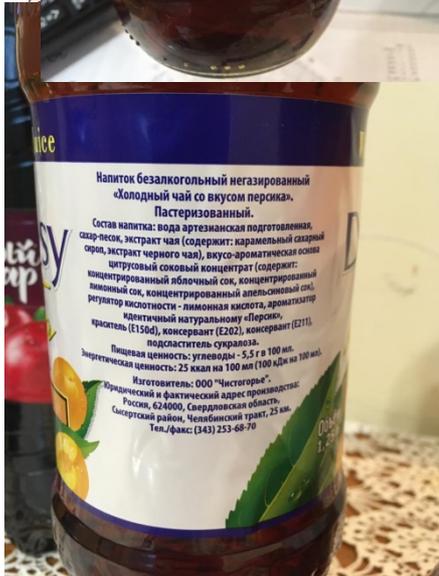
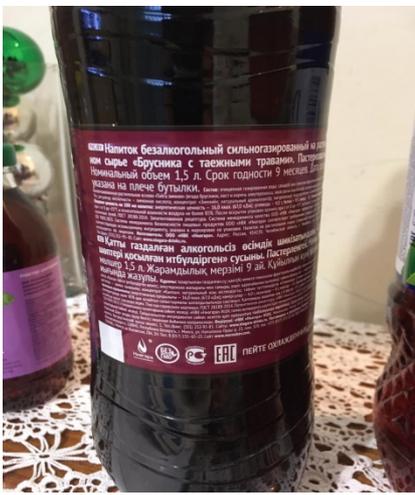
Вечером 26 февраля 2020г. участникам финала будут предоставлены материалы и инструкции, необходимые для выполнения финального задания, проведена консультация представителями заказчика. В ходе стратегической сессии с консультантом вы четко поймете, какая задача перед вами стоит и как она должна решаться, 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. Сокосодержащие 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 300кв.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:**

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

### **Приложение к домашнему заданию:**

Приложение 1. Форма для внесения данных исследования по напиткам.

Приложение 2. Анкета - опросный лист





