

Кейс-задание

Тема: Сегментация рынка конкретной компании:

1. На основе собственного практического опыта, анализа деятельности организации, в которой Вы работаете, использования печатных и Интернет-источников проведите сегментацию рынка компании.
2. Какую роль может играть маркетинговое исследование в предоставлении информации для определения сегмента рынка?
3. Определите целевые сегменты (сегмент), стратегию охвата рынка предложенным Вами продуктом.
4. Рассмотрите роль качественного исследования для определения потребительских нужд.
5. Назовите потенциальные источники получения вторичной информации, касающейся сегментов рынка.
6. Какие методы Вы порекомендуете для сбора информации?
7. Разработайте анкету для исследования отношений к продукции или услуге Вашей компании.
8. Позиционируйте указанный Вами продукт на рынке среди конкурирующих аналогов.