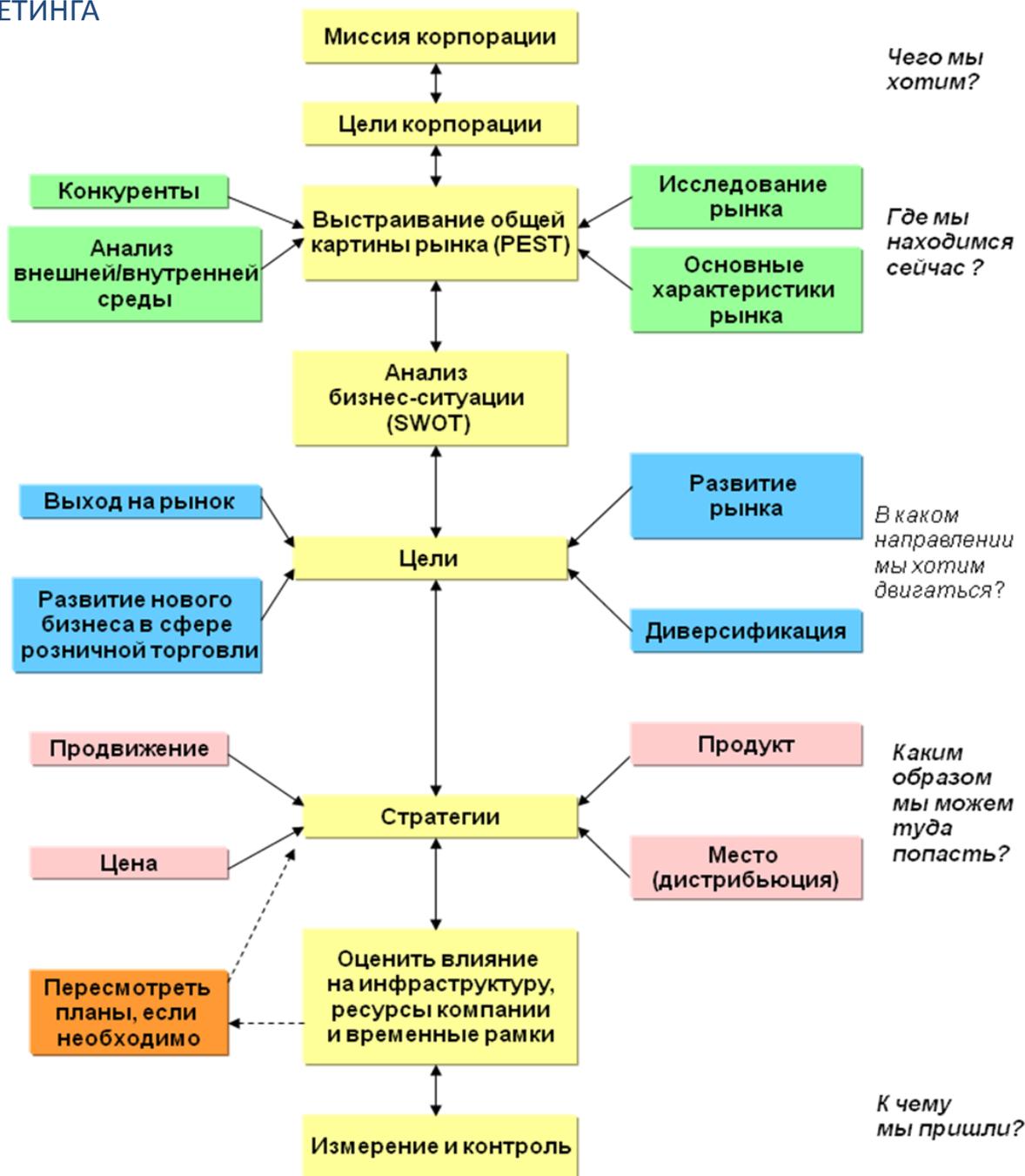


# КЛУБ МАРКЕТОЛОГОВ, РАБОТАЮЩИХ В СФЕРЕ СТРОЙИНДУСТРИИ

## Тема 2. Аналитическая функция маркетинга в сфере стройиндустрии.

# МОДЕЛЬ ПЛАНА МАРКЕТИНГА



## ТЕМЫ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ



## **На что обращают внимание при анализе конкурентной среды?**

- тенденции в изменении законодательства, регулирующего бизнес;
- тенденции изменения рынка в сфере бизнеса;
- новые технологии;
- ресурсы в сфере бизнеса;
- организации, которые прямо сейчас предлагают подобные продукты или услуги;
- организации, которые прямо сейчас предлагают альтернативные продукты или услуги;
- организации, которые могли бы предложить подобные продукты или услуги в будущем;
- организации, которые могли бы вообще ликвидировать потребность в товаре или услуге.

## **Как происходит анализ компании конкурента?**

- изучение существующего положения дел конкурента;
- изучение ресурсов и возможностей конкурента;
- изучение намерений конкурента.