



Маркетинговая служба предприятия и меры по её совершенствованию (на примере ООО «Торговый Дом «Простор»)

Выполнила:

ФИО

Научный руководитель проекта:

ФИО



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – изучение особенностей маркетинга на примере ООО «Торговый Дом «Простор».

Задачи:

1. Рассмотреть сущность маркетинга ;
2. Рассмотреть особенности использования маркетинга ;
3. Провести анализ особенностей маркетинговой службы на примере ООО «Торговый Дом «Простор».



Характеристика ООО «Торговый Дом «Простор»

Общая характеристика ООО «Торговый Дом «Простор»:



ООО «Торговый Дом «Простор» работает на российском рынке смазочных материалов с 1998 года .

Оптовая продажа автомобильных и промышленных масел, специальных жидкостей, автохимии, фильтров, автозапчастей и аксессуаров ведущих зарубежных и отечественных производителей.

Миссия - Быть безоговорочным лидером в области дистрибуции автомасел и автохимии в России, предоставляя клиентам высококачественные товары и идеальный сервис, действуя в интересах общества, потребителей и сотрудников.

Характеристика ООО «Торговый Дом «Простор»

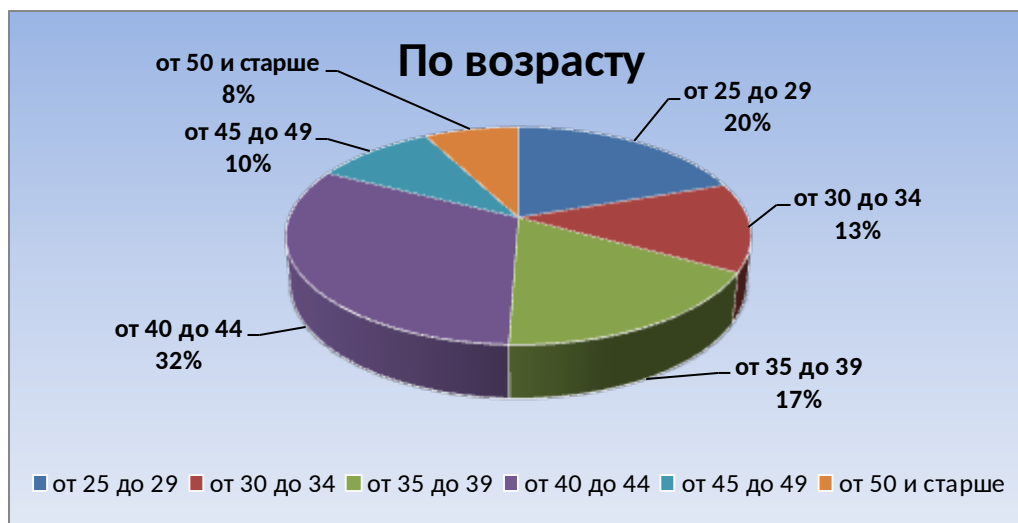
Анализ внешней среды организации:

Первичный SWOT-анализ

Сильные стороны (S) 1. Сильный кадровый состав. 2. Выдающиеся знания предмета. 3. Давно существующая компания. 4. Используемые информационные технологии. 5. Преимущество в области конкуренции - различные массовые мероприятия, акции, скидки.	Слабые стороны (W) 1. Размытая политика головного офиса. 2. Широкий неспецифический продукт. 3. Отсутствие ясных стратегических направлений.
Возможности (O) 1. Улучшение инвестиционного климата. 2. Свободная конкуренция в рамках рыночной экономики. 3. Совершенствование законодательной базы.	Угрозы (T) 1. Изменение потребностей потребителей. 2. Уход работников к другим работодателям. 3. Развитие альтернативных средств продаж.

Характеристика ООО «Торговый Дом «Простор»

Анализ внутренней среды организации:



Структура персонала по возрасту

Характеристика ООО «Торговый Дом «Простор»

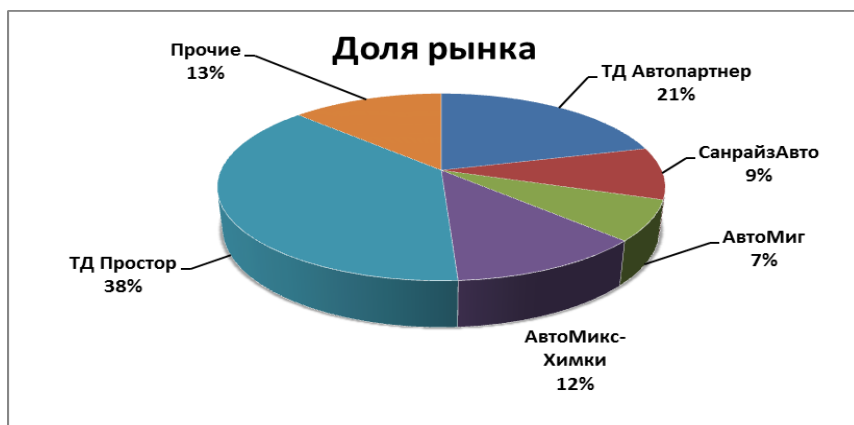
Анализ внутренней среды организации:

Основные показатели торговой деятельности ООО «Торговый Дом «Простор»

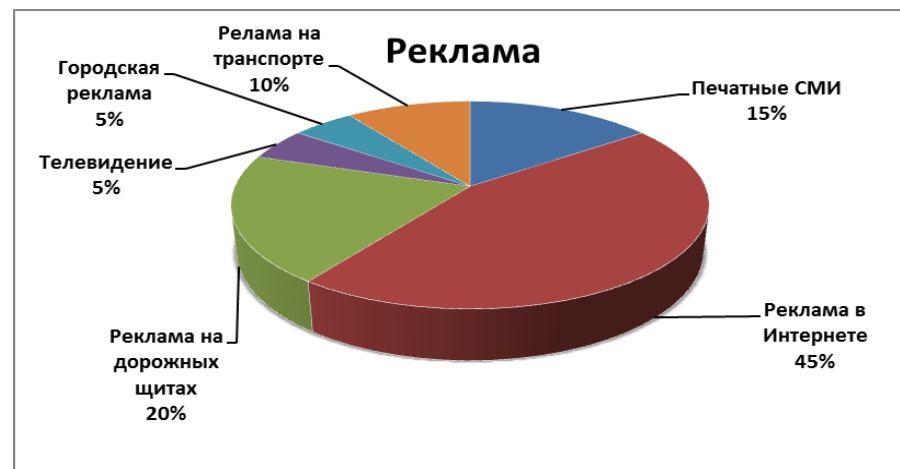
Наименование показателя	2013 год		2014 год		Изменение, (+,-)		Темп роста, %
	Сумма, тыс. р.	Уровень, %	Сумма, тыс. р.	Уровень, %	Сумма, тыс. р.	Уровень, %	
Товарооборот	60205	-	77063	-	16858		128,0
Валовой доход	14149	23,50	20142	26,14	5993	2,64	142,4
Издержки обращения	8540	14,18	13926	18,07	5386	3,89	163,1
Прибыль от реализации	5609	9,32	6216	8,07	607	-1,25	110,8
Прочие расходы	115	0,19	184	0,24	69	0,05	160,0
Прибыль до налогообложения	5494	9,13	6032	7,83	538	-1,30	109,8

Механизм формирования маркетинговой деятельности предприятия (на примере ООО «Торговый Дом «Простор»)

Маркетинговая среда предприятия:



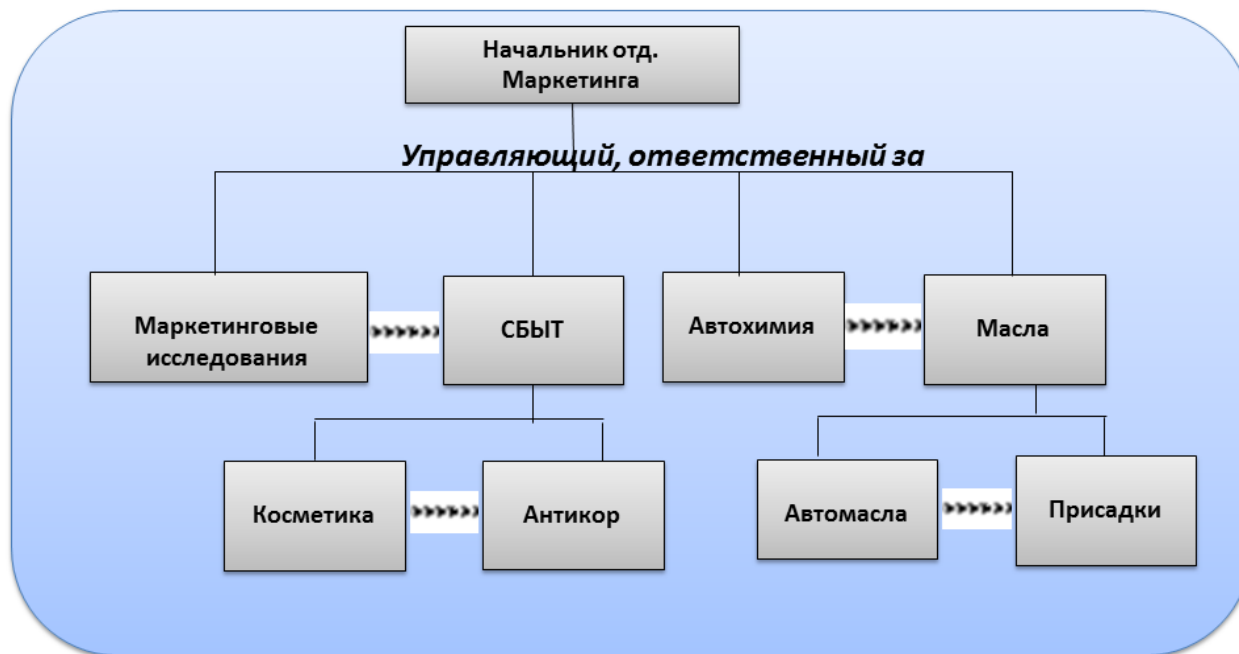
Доля рынка
ООО «Торговый Дом «Простор»)



Каналы распространения рекламных сообщений
ООО «Торговый Дом «Простор»)

Механизм формирования маркетинговой деятельности предприятия (на примере ООО «Торговый Дом «Простор»)

Структура организации отдела маркетинга:

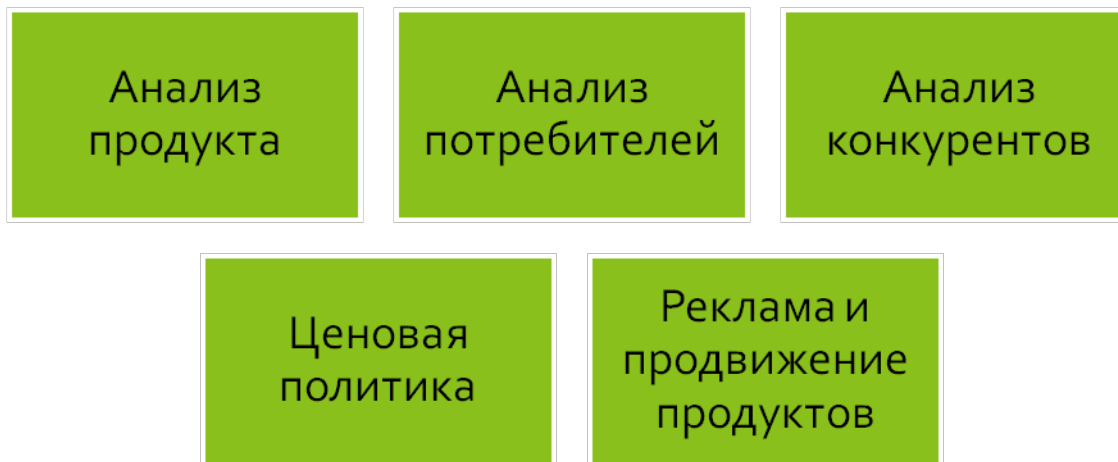


Функционально-продуктовая оргструктура управления маркетингом

Усовершенствование отдела маркетинга в компании ООО «Торговый дом «Простор»

Рекомендации по совершенствованию отдела маркетинга
на предприятии:

Разработка и внедрение плана маркетинга



**Главная цель плана:
увеличение общего объёма реализации**

Усовершенствование отдела маркетинга в компании ООО «Торговый дом «Простор»

Рекомендации по совершенствованию отдела маркетинга
на предприятии:

Рекомендации по совершенствованию маркетинга

Принять на
работу
специалиста по
маркетингу

Формирование
программы по
работе с
персоналом

Проведение
рекламной
кампании

**Главная цель плана:
увеличение общего объёма реализации**

Усовершенствование отдела маркетинга в компании ООО «Торговый дом «Простор»

Оценка эффективности предложенных мероприятий:



**ПРОГНОЗИРУЕМЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ:**

+ 217,984 ТЫС. РУБ.



Маркетинговая служба предприятия и меры по её совершенствованию (на примере ООО «Торговый Дом «Простор»)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!