**Плана маркетинга**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №п/п | Мероприятие | Срок | Критерии оценки степени достижения поставленных целей | Ответственный исполнитель |
|  1  | *Меры по активизации сбыта продукции* |    | *Увеличение объема сбыта*  |    |
|   2 | Стратегии развития предприятия |    |    | Руководитель ШЭК |
|   3 | Исследования рынков  |    |    | Руководитель маркетинга |
|   4 | *Меры по  ориентации предприятия на Потребителя.* |    | *Число повторных заказов от Потребителей.* |    |
|   5 | Провести анализ спроса.  |    |    |  Руководитель маркетинга. |
|   6 | Подбор персонал  |    |    | Ответственный по персоналу |
|   7 | Создание эффективной технологии обслуживания Потребителей |    |    | Руководитель ШЭК |
|   8 | *Мероприятия по сбору коммерческой информации* |    | *Проведен анализ емкости рынка, потребителей, конкурентов* |    |
|   9 | Произвести оценку потенциальной емкости рынка. Проводить сегментацию по потребительскому уровню |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   10 | Сбор информации по потребителям продукции  |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   11 | Сбор информации по конкурентам |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   12 | *Мероприятия по подготовке аналитических материалов по анализу наиболее перспективных сегментов рынка* |    | *Созданы базы данных по Потребителям,, поставщикам и конкурентам, позволяющие реально оценивать возможности на рынке* |    |
|   13 | Проанализировать Потребителей предприятия с выделением наиболее приоритетных Потребителей  по таким параметрам. |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   14 | Пересмотр порядка обмена маркетинговой информации внутри предприятия. |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   15 | Создание структуры и ведение компьютерной базы данных  |  |    | Руководитель маркетинга. |
|   16 | *Предложения по ценообразованию* |    | *Разработана ценовая политика* |    |
|   17 | Приведение цен  предприятия в соответствие с требованиями рынка .Для этого необходимо изучение цен конкурентов, изучение желания Потребителей заплатить ту или иную цену и анализ издержек |    |    | Руководитель маркетинга.Руководитель ШЭК |
|   18 | *Предложения по ассортименту выпускаемой продукции* |    | *Разработана ассортиментная политика* |    |
|   19 | Формирование плана производства | Раз в месяц |    | Ответственный за производство производству |
|   20 | Разработка системы по выбору ассортимента |    |    |  Руководитель маркетинга. |
|   21 | *Предложения по рекламе и отношениям с общественностью* |    | *Разработана рекламная стратегия предприятия* |    |
|   22 | Разработка стиля  |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   23 | Разработка рекламных текстов для печатной продукции, рекламных плакатов, стенгазет |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   24 | Разработка концепции участия в ярмарках и выставках районных  |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   25 | Выявление наиболее эффективных средств рекламы . |    |    | Руководитель маркетинга. |
|   26 | Мониторинг рекламы основных Конкурентов, выявление ее сильных и слабых сторон. |  |    | Руководитель маркетинга. |
|   27 | Оценка эффективности использования рекламных средств  | раз в полгода |    | Руководитель маркетинга. |