

Урок по МПИ-практика

Клас-12 Б

Дата-17.02.2021 г

Тема-Приложение на факторния анализ за изследване на продуктовото пространство

Факторният анализ се прилага най-често в процеса на позициониране на стоката на пазара:

Всеки процес на позициониране включва следните фази:

1. Определяне на фирмените и продуктите възможни конкурентни предимства.

Основните конкурентни предимства на фирмата най-често са: максимална полза от продукта за потребителите и фирмата; равнище на възприемано качество от потребителите; ниски производствени разходи; правни предимства – патенти, лицензи и др.; високо равнище на комуникация; фирмено ноу-хау в областта на маркетинга.

2. Избор на концепция за предимства, които ще се използват на пазара.

В избора най-силно въздействие оказват следните фактори: пазарен дял и относително качество на продукта; производствена структура; пазарен ръст на продукта; обща и нетна печалба по пазари и сегменти в тях.

3. Приложение на концепцията.

При изпълнение на възприетата от фирмата концепция за конкурентно предимство се прилагат шест главни позиции на пазара чрез свойства на продукта:

цена/качество; конкуренти; продуктова употреба; потребители на продукта; потребители на продуктовия клас; размер на покриване на пазара.

За позиционирането на продукта се разработват позиционни карти или карти на продуктовото пространство. Показатели на картата са качество – високо и ниско и цена – висока и ниска. Посочва се къде попада определения продукт в зависимост от посочените показатели. Картите се използват и позициониране на съществуващите продукти, така, че да покрият най-добре изискванията на специфични потребителски групи, които са целеви за фирмата.

Позиционирането трябва винаги да се разглежда в динамика. За целта се провеждат регулярни проучвания. Те показват как се променят във времето позициите на продуктите спрямо самите тях и тези на конкурентите и доколко това е в съответствие с фирмената стратегия.

4. Допълнителна информация по темата-проследете следния

линк: https://www.smarketing.org/read/2013/Strategicheski_marketing_07.pdf

5.Практическа задача:

Потърсете обобщена информация за факторния анализ.

Информация по темата може да получите от линка:

https://www.bg-ikonomika.com/2010/11/12_5305.html

Име на ученика:.....№ в класа.....

Информация за факторния анализ