

Оглавление выполненного маркетингового исследования рынка дистиллированной воды

Оглавление 2

1. Методология исследования: 5
1. Общий анализ рынка дистиллированной воды России 6
 - 1.1. Описание и основные характеристики продукта и производства 6
 - 1.2. Анализ объемов и структуры рынка 7
 - 1.2.1. Потребители дистиллированной воды 10
 - 1.2.2. Продавцы дистиллированной воды 11
 - 1.3. Анализ основных тенденций на рынке 12
2. Анализ спроса и потенциальных потребителей 13
 - 2.1. Определение целевой аудитории и портрета типичного покупателя13
 - 2.1.1. Анализ объемов и динамики рынка легковых авто в РФ 13
 - 2.1.2. Анализ спроса со стороны производств, использующих лазерные станки (типографии, мебельные производства, металлургия и пр.) 15
 - 2.1.3. Анализ спроса со стороны стекольных производств 17
 - 2.1.4. Анализ спроса со стороны производств, использующих увлажнители, отпариватели и парогенераторы 18
 - 2.1.5. Анализ спроса со стороны строительно-монтажных компаний по системам отопления частных домов19
 - 2.1.6. Анализ спроса со стороны автопарков и сопутствующих видов деятельности (таксопарки, транспортные компании, розница) 21
 - 2.1.7. Анализ спроса со стороны стоматологий и медицинских центров 22
 - 2.1.8. Анализ спроса со стороны частных лиц 26
 - 2.2. География потребителей 30
 - 2.3. Изучение мотивов покупки и причин отказа от продукции. Определение методов воздействия на потенциального покупателя 33
3. Исследование предложения и конкурентный анализ35
 - 3.1. Описание основных игроков рынка 35
 - 3.2. Сравнительный анализ конкурентов 47
 - 3.2.1. Сравнительный анализ конкурентов в разрезе ассортимента и ценовой политики, а также политики качества 47
 - 3.2.2. Сравнительный анализ конкурентов в разрезе маркетинговой политики 50
 - 3.2.2.1. SEO-оптимизация сайтов производителей воды 50
 - 3.2.2.2. Дизайн и функциональность сайта 52
 - 3.2.2.3. Контекстная реклама 56

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.2.4. Классифайд-сайты | 58 |
| 3.2.2.5. Распределение ассортимента оптовых продавцов по брендам/производителям дистиллированной воды | 58 |
| 3.2.3. Распределительная политика и формирование товарного предложения | 61 |
| 3.3. Анализ сильных и слабых сторон конкурентов | 64 |
| 3.4. Выводы о наиболее перспективных методах продвижения продукции конкурентами по результатам анализа | 64 |
| 4. Анализ ключевых компетенций предприятия | 65 |
| 4.1. SWOT-анализ компании | 65 |
| 4.2. Возможности использования имеющихся конкурентных преимуществ в рамках стратегии продвижения | 66 |
| 4.3. Анализ возможностей по созданию дополнительных конкурентных преимуществ | 66 |
| 5. Разработка оптимальной программы продвижения продукции | 67 |
| 5.1. Формирование прогноза развития рынка | 67 |
| 5.2. Определение потенциально перспективных сегментов рынка | 68 |
| 5.3. Оценка возможных вариантов позиционирования продукта | 70 |
| 5.3.1. Автохимия | 70 |
| 5.3.2. Питьевая вода высокого качества | 70 |
| 5.3.3. Применения воды в системах отопления | 71 |
| 5.3.4. Применение воды в промышленных пароочистителях | 71 |
| 5.3.5. Применение воды для бытовых приборов | 72 |
| 5.4. Определение наиболее перспективных методов продвижения продукции | 72 |
| 5.4.1. Общие способы продвижения продукции на рынке | 72 |
| 5.4.2. Методы продвижения продукции B2B | 75 |
| 5.4.3. Методы продвижения продукции B2C | 76 |
| 5.5. Оценка эффективности методов продвижения | 77 |
| Приложение 1. ГОСТ на продукт «Дистиллированная вода» | 81 |
| Приложение 2. Справка по выбору качества дистиллированной воды и организации процесса производства (по данным открытых источников информации) | 91 |
| Приложение 3. Технические условия Вода для приготовления кислотного электролита, тосола, антифриза, омывателя стекол. ТУ 0131-017-57170331-2007 | 95 |
| Приложение 4. Технические характеристики дистиллированной воды в бутылках российских производителей | 96 |
| Приложение 5. Результаты телефонного опроса участников рынка (опт, розница, конечные потребители-компания). | 97 |
| Приложение 6. Рекомендации по SEO-оптимизации и SEO-продвижению сайта | 108 |