Edytuj to sprawozdanie

Imię i nazwisko uczestnika: **Grupa Szkolny Klub Przedsiębiorczych 3** grupa: **Grupa 9**

Nauczany przedmiot: **WOS** Szkoła: **Gimnazjum Nr 1** Miejscowość: **Lębork**

Nazwa sprawozdania: **Sprawozdanie do modułu 3 - Marketing przedsięwzięcia**

Tytuł sprawozdania: **Marketing przedsięwzięcia**

SPRAWOZDANIE DO MODUŁU 3
MARKETING PRZEDSIĘWZIĘCIA

W pierwszym module podejmowaliście decyzję, jaką firmę chcecie otworzyć. W module 2 badaliście potrzeby potencjalnych klientów przede wszystkim po to, aby dostarczyć im takie produkty i usługi, które dokładnie wpiszą się w ich oczekiwania, a wam przyniosą zysk.

Przeanalizujcie ponownie przeprowadzone przez was badania. Na ich postawie przygotujcie konkretne działania marketingowe dla stworzonych przez was produktów czy usług, poprzez określenie ich cech, ceny, strategii promocyjnej, a także kanałów dystrybucji czyli opracujcie wasz firmowy marketing-mix.

W dobrym przygotowaniu się do wypełnienia zadań w module pomoże wam zapoznanie się z materiałami dydaktycznymi zawierającym informacje na temat zagadnień poruszanych w tym module, które znajdziecie w zakładce *Moduły kursu.*

I. PRODUKT

Waszym zadaniem jest przedstawienie waszej oferty - produktów lub usług, które będziecie oferować.

Opis produktuów lub usług powinien składać się z następujących elementów:

- **nazwa produktu, usługi**
- **szczegółowy opis np. wielkość, waga, skład, jeśli to usługi to, co wchodzi w daną usługę,**
- **cechy charakterystyczne produktu, usługi - czym dany produkt lub usługa różnią się od pozostałych, występujących na rynku,**
- **cechy wyróżniające produkt lub usługę, czyli takie, na które zwraca uwagę wybrana grupa docelowa, cechy, dzięki którym produkt jest dla tej grupy atrakcyjny.**

Przedstawcie produkty lub usługi, które będziecie oferować.

1. Sprzedaż i produkcja makaroników- ciasteczek o różnym smaku, prowadzenie kawiarenek " świat makaroników", gdzie oprócz sprzedaży makaroników można napić sie kawy, herbaty, naturalnego soku. Nasza oferta przewiduje spędzenie czasu w towarzystwie osób lubiących gry edukacyjne, które chciałyby same ozdobić słodką przekąskę, wykonać ozdobne pudełeczka na ciasteczka na wynos metodą kupaż. Dostarczamy również makaroniki bezpośrednio do klienta. Proponujemy organizację imprez okolicznościowych, warsztatów.

2. Wielkość makaroników -3cm, waga-30g, skład- cukier, białko, mąka migdałowa, masło, mascarpone, nutella. Produkcja i sprzedaż na terenie naszego miasta a w przyszłości wraz z popytem na tego typu usługi rozszerzenie działalności w pobliskich miastach, najpierw w obrębie

woj. pomorskiego, dalej na kraj.

3.Tanie, smaczne, nieznane, słodkie.

4. Stwarzamy w naszych kawiarenkach przytulną atmosferę, łączymy przyjemne z pożytecznym. Naszym celem jest integrowanie środowiska lokalnego. Poprzez warsztaty angażujemy rodziców, dziadków by więcej czasu spędzali ze swoimi dziećmi, by wspólnie cieszyli się chwilą. Wychodzimy naprzeciw rodzicom, którzy opiekują się dziećmi niepełnosprawnymi. Chcemy by wszystkie dzieci czuły się w naszych kawiarenkach radosne, a młodzież spędziła miło czas. Zatrudniając osoby niepełnosprawne dajemy im szansę czucia się ważnymi i potrzebnymi. Mamy również na względzie propagowanie wolontariatu.

II. CENA

Podajcie ceny swoich produktów lub usług.

Ustalając cenę powinniście wziąć pod uwagę:

- **przewidywany popyt**
- **zasobność portfeli, czyli dochody potencjalnych klientów**
- **koszt wyprodukowania**
- **politykę marketingową, czyli, czy będziemy sprzedawać produkty w standardowych opakowaniach, czy też będą one miały ekskluzywne opakowania**
- **konkurencję – ceny produktów oferowanych przez firmy konkurencyjne na rynku**

Podajcie ceny swoich produktów lub usług.

Liczymy na duże zainteresowanie naszą ofertą. Nasi potencjalni klienci są śrdniozamożnymi ludźmi, ale często korzystającymi z usług miejsc gdzie miło można spędzic czas, a dodatkowym atutem jest oferta skierowana dla całych rodzin, przede wszystkim gdzie dzieci nie będą się nudziły- nie tylko konsumpcja, ale połączenie jej z zajęciami szczególnie atrakcyjnymi dla dzieci i młodzieży - gry edukacyjne, ozdabianie ciasteczek, wykonywanie opakowań metodą kupaż. Ceny są zbliżone do konkurencji. Nie boimy się konkurencji, to konkurencja niech nas się boi. Czas na makaroniki!

cennik:

- -makaroniki 1 sztuka -2zł
- -świeżo wyciskane soki

  -pomarańczowy

  -jabłkowo-marchewkowy

  -marchewkowy

  -kiwi-ananas

  mały kubek- 4,50zł

  średni kubek- 5,50 zł

  duży kubek- 6,50zł
- desery lodowe - 1 gałka 1,50 zł
- kawa :

  -espresso- 4zł

  -mocha- 5 zł

-cortado- 5 zł

- macchiato- 5 zł

- cappuccino- 5 zł

- caffe latte - 6 zł

-kawa mrożona - 6 zł

-kawa biała - 5 zł

-kawa czarna - 5 zł

- koktajle:

-bananowy

-arbuzowy

-truskawkowo-bananowy

-truskawkowy

-malinowy

- mango-ananas

- gruszkowo-cynamonowy

mały kubek- 5 zł

średni kubek -6 zł

duży kubek -7 zł

- ciasto (w zależności jakie ciasto jest sprzedawane danego dnia)- 2 zł za kawałek
- galaretka -3 zł
- herbata 2 -zł
- czekolada na gorąco- 4 zł , z bitą śmietaną- 5 zł

Istotne jest również żebyście określili przyczyny wyboru konkretnej ceny oferowanego produktu: dlaczego nie zdecydowaliście na taki poziom cen na wasze produky/usługi.

Uwzględniając sytuację dzisiejszego rynku, zdecydowaliśmy, że nasz towar będzie sprzedawany w cenach, które są korzystne dla klientów. Makaroniki nie są dostępne w naszym mieście, konkurencją są dla nas 2 koktajlbary. Ceny są zbliżone do konkurencji, wyróżniamy się jedynie ofertą makaroników, które w naszym mieście nie są dostępne. Nie ma również w naszym mieście kawiarenek, gdzie nie tylko przychodzi się towarzysko, ale również gdzie spędza się czas aktywnie- gdzie rodzice i dziadkowie więcej uwagi poświęcą swoim dzieciom., a wspomagać ich będą animatorzy oraz wolontariusze.

III. PROMOCJA

W tym miejscu sprawozdania zaplanujcie działania związane z informowaniem i zachęcaniem klientów do korzystania z oferty Waszej firmy. Przedstawcie szczegółową informację na temat strategii promocyjnej waszego produktu/usługi lub całej firmy.

W materiałach w zakładce *Moduły kursu* znajdziecie informacje o różnych rodzajach działań marketingowych i przykłady takich działań. Pomoże to wam zadecydować, jakie rodzaje promocji (reklama tradycyjna i w sieci, promocja sprzedaży, public relations, sprzedaż osobista) i jakie ich elementy będą przydatne i efektywne w promocji waszego produktu i waszej firmy. Pamiętajcie o swoich grupach potencjalnych klientów. Różne

grupy docelowe mogą wymagać innej strategii promocyjnej.

1. **opiszcie strategię promocyjną waszego produktu lub firmy i wskażcie, jakie działania marketingowe zamierzacie podjąć; zwróćcie uwagę na formy reklamy produktu/usługi,**
2. **napiszcie, do kogo będzie kierowana konkretna akcja promocyjna waszego przedsiębiorstwa; opiszcie grupę odbiorców danej formy promocji,**
3. **oceńcie, które z mediów (tabela 2 w materiale dydaktycznym do modułu) najlepiej wykorzystać do promocji waszego produktu/usługi, wskażcie zalety zastosowania tego, a nie innego środka;**
4. **zastanówcie się i napiszcie, jakie elementy e-promocji (promocji w internecie) planujecie zastosować,**
5. **wymieńcie jeden, dwa elementy public relations (tabela 3 w materiale dydaktycznym), które pozwolą zbudować pozytywny wizerunek waszego przedsiębiorstwa, jeśli w waszym przypadku ta forma promocji może być skuteczna,**
6. **zastanówcie się i napiszcie, jakie formy promocji sprzedaży (spis przykładowych form promocji sprzedaży znajdziecie w materiale dydaktycznym) moglibyście zastosować,**
7. **zastanówcie się i napiszcie, czy w waszym przypadku może być zastosowana sprzedaż bezpośrednia,**
8. **opiszcie inne formy promocji waszej firmy i jej produktów, które chcecie zastosować i uważacie za skuteczne w waszym przypadku.**

1. Warsztaty w robieniu makaroników i pudełek metodą dekupaż.

2. Oferta będzie kierowana dla całych rodzin, młodzieży, osób samotnych i wszystkich tych. którzy rozsmakują się w makaronikach

3.Internet oraz radio- popularne sposoby komunikacji, cieszące się dużym zainteresowaniem

4. Strona internetowa naszego lokalu ,na której będzie można znaleźć ciekawe przepisy, reklama poprzez newsletter wysyłany do naszych stałych klientów, gra internetowa (prowadzenie lokalu- zawiera zasady marketingu oraz uczy łatwych przepisów)

5. Prowadzenie wolontariatu tj. praca z osobami niepełnosprawnymi w naszych kawiarenkach,

6. Upominki dla klientów biorących udział w warsztatach,

7. Makaroniki będą sprzedawane bezpośrednio w kawiarenkach, pieczone na oczach klientów, wg potrzeb przez nich ozdabiane

8.Reklama poprzez organizowanie dni tematycznych np. Dzień pieczenia, ozdabiania, gier dydaktycznych, Dzień rodziny, Dzień Babci, Dziadka, Matki, Ojca, Dziecka ....

Bardzo ważnym aspektem działań reklamowych jest opracowanie sloganu/hasła reklamowego. Stwórzcie przykładową reklamę lub hasło reklamowe. Mogą one dotyczyć waszej firmy ogólnie lub konkretnego produktu czy usługi.

Świat makaroników

szeroko otwarty dla Was i z myślą o Was!

U nas poczujecie się

radośnie wesoło kolorowo!

Kup mnie!

IV. MIEJSCE - DYSTRYBUCJA

Ważną kwestią w zakresie planowania strategii marketingowej jest również dystrybucja. Przeanalizujcie, jakie są potrzeby waszych klientów w tym zakresie. Czego i ile potrzebują? Gdzie spodziewają się otrzymywać oferowane przez was towary/usługi? Jak w tym kontekście sytuuje się wasza oferta?

Przedstawcie informację na temat kanałów dystrybucji oraz miejsc, w których dostępny będzie wasz produkt.

Nasze towary będą sprzedawane w kawiarenkach znajdujących się w początkowej fazie rozwoju na terenie województwa pomorskiego. Jeśli odniesiemy sukces i nasze przedsięwzięcie sprawdzi się, będzie zainteresowanie naszym produktem i proponowaną ofertą rozszerzymy działalność poza woj. pomorskim. Dla zainteresowanych klientów będzie możliwość zamówienia makaroników telefonicznie i dostarczenie do domu lub za pomocą makaronikowej poczty przy większej odległości od kawiarenki.

Komentarze:

04-05-2015 **Witam w module 3**

Kolejny moduł wykonany przez was w terminie i z zaangażowaniem. Widać, że macie wasz makaronikowy biznes przemyślany. Jasno i przejrzyście przedstawiliście swoją ofertę i menu – o to chodziło! Podaliście konkretne informacje dotyczące cen waszych produktów. Cieszy mnie to, że uzględniliście przy ustalaniu wysokości ceny grubość portfeli waszych klientów oraz ceny konkurencji.

Rozsądnym pomysłem jest też ograniczenie się do lokalnych mediów – w ten sposób możecie trafić do swojej grupy docelowej. Duży PLUS za zastosowanie w promocji różnych narzędzi promocji waszych usług, a nie tylko reklamy, którą stosują wszyscy. Bardzo oryginale są pomysły z warsztatami oraz dniami tematycznymi - to może zdecydowanie zainteresować i przyciągnąć klientów. Zamawianie makaroników z dostawą też fajny pomysł. Wasza strategia jest dobrze przemyślana, zastosowaliście najbardziej skuteczne w przypadku waszego biznesu formy promocji i reklamy. Ten etap jest bardzo ważny, bo od niego zależy, ilu klientów będziecie w stanie przekonać do oferty swojej firmy.

Miło czytało się tak przemyślaną strategię rozwoju i promocji firmy. Widać, że jesteście przygotowani do prowadzenia tego biznesu. Brawo!

Magdalena Świderska

04-05-2015 Komentarz

Dziękujemy za komentarz, cieszy nas pozytywna opinia. Pozdrawiamy

Grupa Szkolny Klub Przedsiębiorczych 3