

The **FLAGM**

«Быстро, качественно, надежно»

Сотрудники «Флэш»

Гогачев Ярослав – Генеральный директор, управленец, курьер.

Погорелый Антон – Финансовый менеджер, курьер.

Гусев Владислав – главный маркетолог, курьер.

Седов Михаил – заместитель финансового менеджера, курьер.

Неможенко Анатолий – маркетолог, курьер, просто Толик.

Цели и критерии успешности нашей компании.

ЦЕЛИ:

- 1) Занять лидерскую позицию среди компаний (набрать 5000 у.е.)
- 2) Помочь обществу (выполнить более 60 заказов)

КРИТЕРИИ:

- 1) Наши услуги пользуются популярностью (больше 10 заказов мы ожидали от каждого дня рынка).
- 2) В день получать более 500 у.е. дохода.

Командные встречи и анализ результатов нашей работы.

Встречи проводились почти каждый день.

Велся учет, в котором имеется информация по всем совершенным нами сделкам.



Доставка

Наша компания занималась доставкой различных товаров, например, доставкой подарков тайным друзьям и переносом мебели.



Целевая аудитория и позиционирование.

Нашей основной целевой аудиторией было выбрано государство. Также мы обслуживали работников других компаний.

Тип позиционирование – позиционирование по выгоде.



Инструменты продвижения.

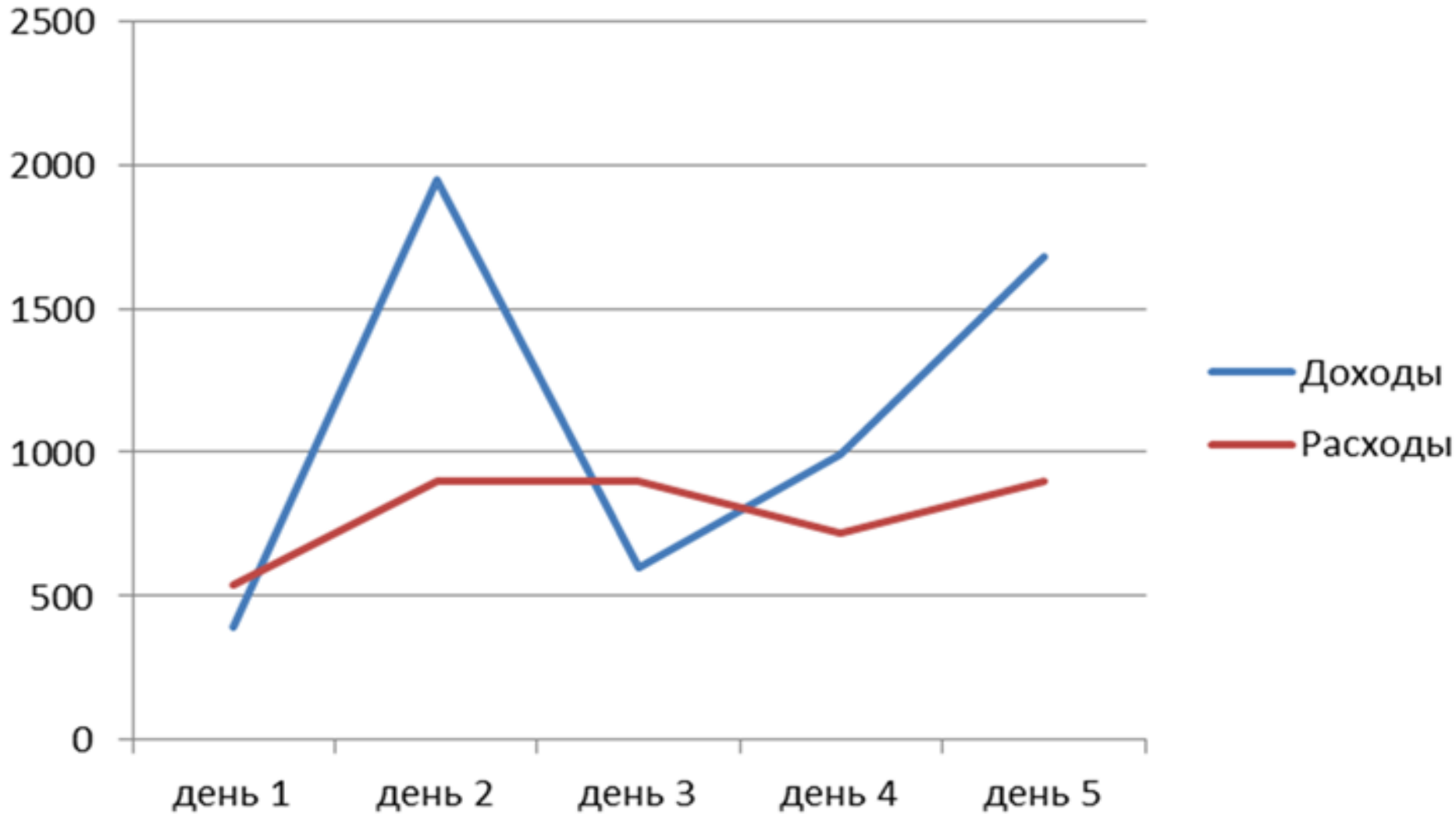
Основными инструментами продвижения были выбраны прямые продажи и реклама на дверях и на входах в здание.



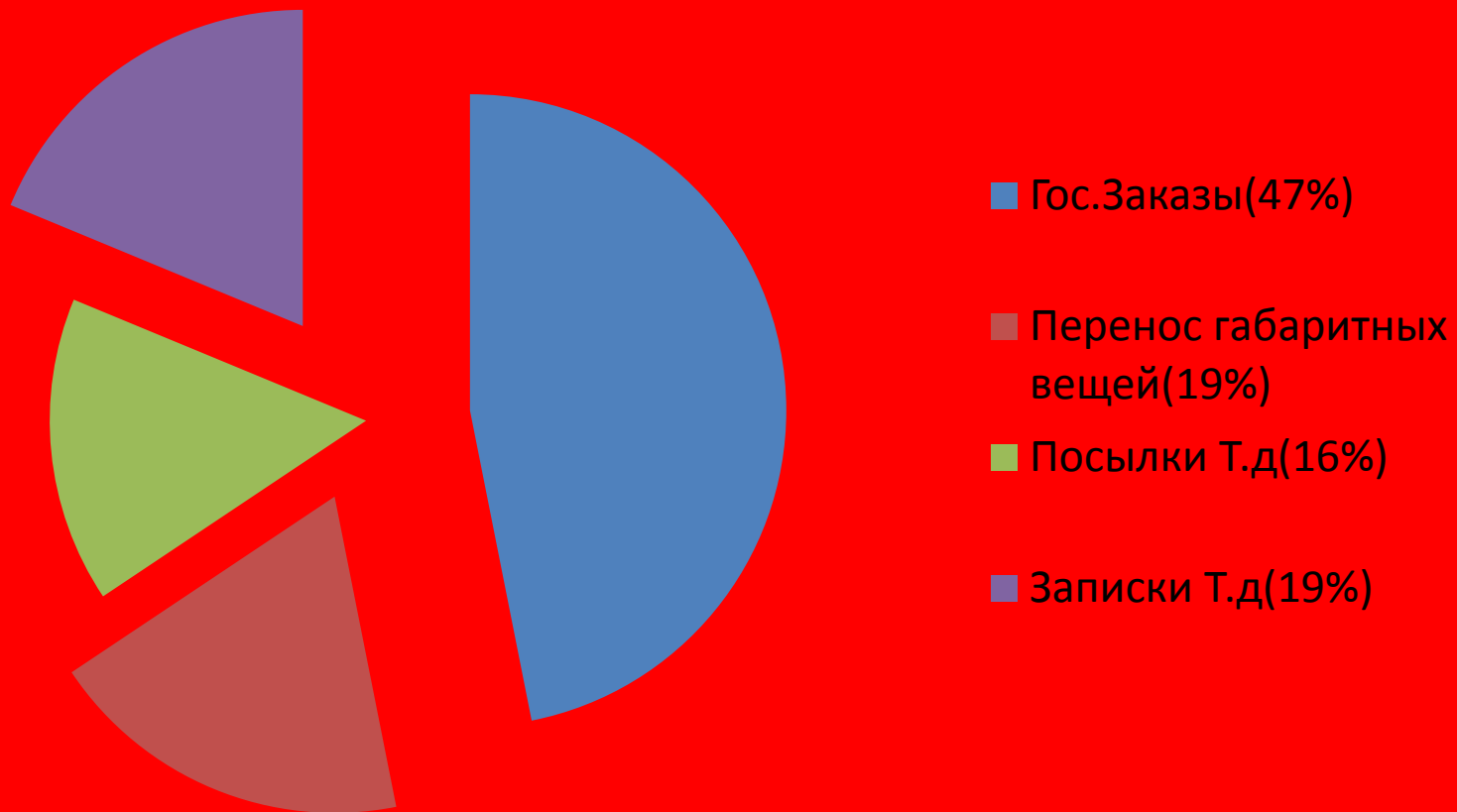
Итоги по маркетингу.

Продукт был выбран довольно неплохо.
Целевая аудитория была выбрана правильно.
Инструменты продвижения работали не
очень хорошо так как аудитория не была
полностью ознакомлена с нашими услугами.





Flash



Выводы

1)Цель №1 – не достигнута ☹️

2)Цель №2 – достигнута. ЦА активно пользовалась нашими услугами.

3)Было бы лучше, если:

>Если бы наша компания представила всех участников на предзащите нашего проекта.

>Если бы мы развесили больше бросающейся в глаза рекламы, включающей информацию о наших услугах и наши контакты.

>Если бы мы предоставляли более конкретную информацию о наших услугах.

Спасибо всем за внимание и за то,
что пользовались нашими услугами!