

Тема 8. Формирование стратегии и стратегический выбор. Стратегические планы.

Задание 1.

1. На примере РАО «Газпром» определите возможности и угрозы внешней среды, сильные и слабые стороны организации.
2. Увеличение разнообразия во взаимосвязанных продуктах является возможностью внешней среды или сильной стороной организации?
3. Покупатели и поставщики являются частью макросреды или микросреды организации?
4. Где впервые была опубликована методика SWOT-анализа?

Задание 2.

Позиционирование нового товара Jeep

Первый Jeep был разработан на основе военной машины, что не могло не отразиться на дизайне этого автомобиля. Только джипы проезжают по тропе Rubicon в Калифорнии и Неваде. Поэтому она превратилась в Мекку для любителей экстремальных путешествий. Но большинство владельцев внедорожников не ездят по бездорожью и отдают предпочтение другим автомобилям, считая Jeep мало приспособленным к комфортабельному передвижению по дороге. С 1997 по 2000 год доля Jeep на рынке внедорожников снизилась с 19 до 14%, при росте доли указанной разновидности легких автомобилей с 16 до 20%.

Для расширения базы потребителей Jeep разработала модель Liberty, способную не только пройти Rubicon, но и удовлетворить потребности женщин и молодых потребителей. В модели сочетается функциональность и комфорт. Передняя подвеска облегчает движение Liberty по дороге, у него более изящный корпус и более элегантный дизайн, чем у модели Cherokee. Кроме того, он дешевле.

В рекламе делали акцент на его удобстве для поездок по городу. Возможностям вождения по бездорожью уделяли второстепенное внимание. В целом, маркетологи старались подчеркнуть пригодность модели для любых обстоятельств. Liberty стал настоящим хитом для потребителей, В июле 2001 года объем продаж автомобиля вырос на 24%.

Jeep придумала Liberty для предотвращения оттока тех потребителей, которым просто нужна большая машина для поездок по городу. Однако специалисты выражали беспокойство, опасаясь искажения имиджа Jeep в глазах любителей внедорожных автомобилей. Кто-то даже назвал ее "смертельным ударом по имиджу Jeep". И все же Jeep не только привлекла новых потребителей и увеличила долю; рынка, но и выпустила другие домашние или универсальные модели.

Опишите возможные варианты развития стратегии торговой марки и обоснуйте.

Какие еще варианты развития торговой марки вы можете предложить?

Обоснуйте.

Ситуационное задание.

Молочный комбинат «Здоровье» производит молочную продукцию. Продукция комбината пользуется спросом, и руководство планирует увеличить объемы производства в отчетном году, а также расширить ассортимент молочной продукции. В рамках этого продолжает развиваться программа "Школьное молоко", а также проводится техническое усовершенствование производственных мощностей.

С этого года на предприятии внедрен новый проект "Тетра Фино Асептик", в соответствии с которым введена в действие новая упаковочная линия. Это позволяет увеличить срок годности молочных продуктов до 30 дней.

На основании имеющихся данных, предложите некоторые мероприятия, которые помогут совершенствоваться:

А) сбытовую политику предприятия;

Б) коммуникационную политику.

Обозначьте проблемы, которые могут возникнуть у данного предприятия при разработке сбытовой и коммуникационной политики.