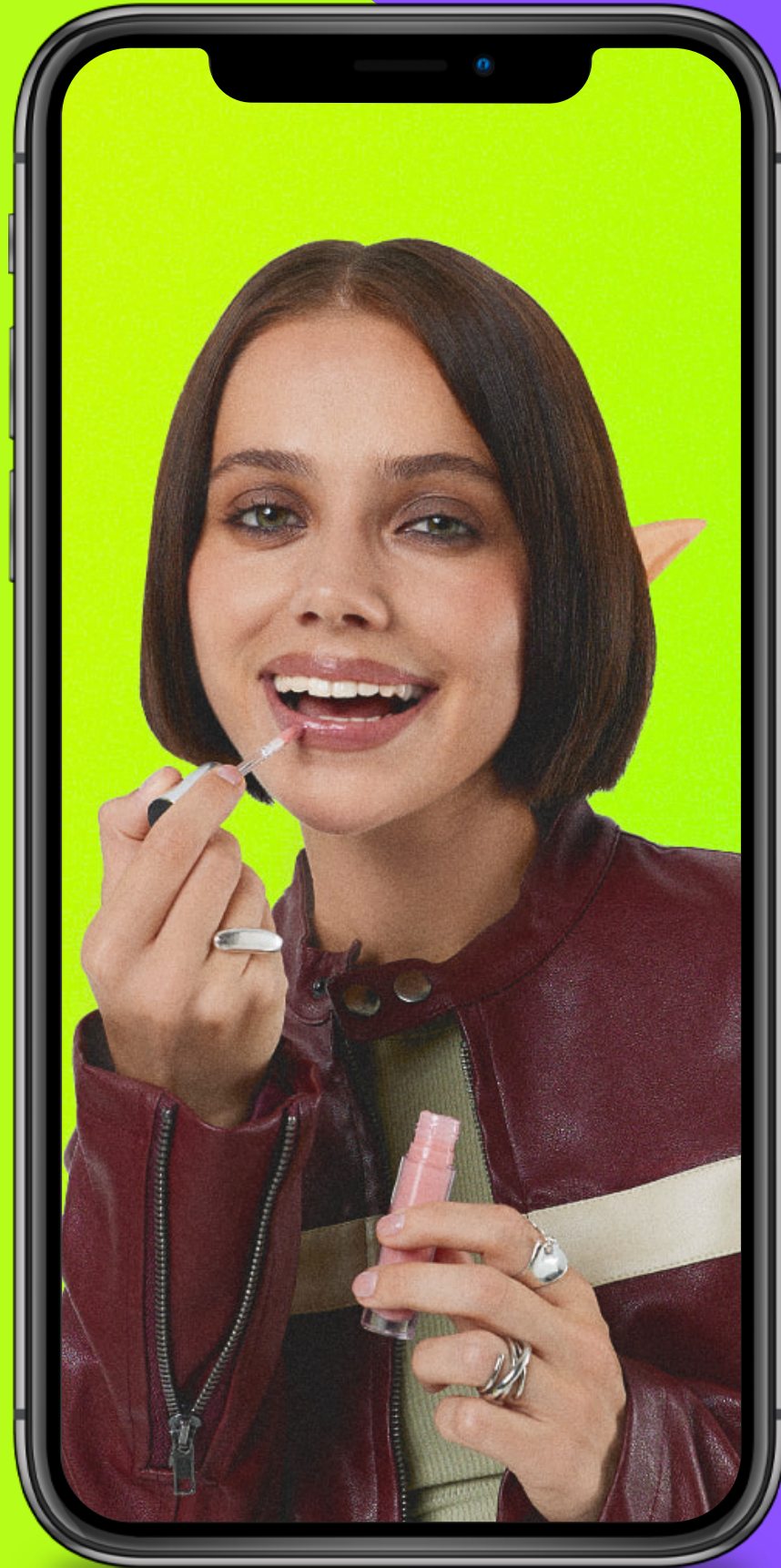




проект подготовили:
Айрапетян Мария
Гомцян Виктория
Фёдорова Мария
Хачатрян Элен
Воробьёва Дарья

анализ деятельности компании

gold apple

Открытие маленького павильона
“Золотое яблоко” в Екатеринбурге

1996

Появление бренда “Калинка-Малинка”
в формате “супермаркета парфюмерии”

2000

Расширение “Золотого Яблока”. Далее –
открытие точек в Казани, Самаре,
Челябинске

2004

Открытие первого магазина в Москве

2017

История компании и её
деятельность на рынке

Открытие первого магазина в Беларуси.
Запуск магазинов **Apple Box**

2021



Модель 4C маркетинга

cost

1

конкурентоспособные цены; регулярные акции, скидки и специальные предложения; программы лояльности

customer

2

женский пол от 14 до 55 лет; доход - средний, выше среднего; ориентир на тренды и модные тенденции

communication

3

веб-сайт, социальные сети, электронная почта и SMS-рассылки; реклама у инфлюенсеров, телевизионная реклама, продукт-полэйстмент

convenience

4

физические магазины, онлайн-магазин, доставка; различные способы оплаты, включая наличные, банковские карты и электронные платежи

Маркетинговая концепция

«Золотое яблоко» придерживается потребительской концепции. Потребительская концепция – это одна из основных концепций маркетинга, которая ставит потребности и желания потребителей в центр своей стратегии.



gold apple

основные принципы

фокус на потребителя:
активное изучение его потребностей и поведения

интегрированная маркетинговая стратегия:
разработка и продвижение продуктов + управление ценами, выбор каналов распределения, коммуникация с клиентами

долгосрочная ориентация:
цель компании – установить доверительные отношения с клиентами, чтобы они стали постоянными покупателями и сторонниками бренда

удовлетворение потребностей и создание ценности:
продукты идут в ногу с потребностями и желаниями клиентов, а также обеспечивает высокое качество, удобство и оптимальное соотношение цены и качества

Эффективность маркетинговой концепции



конкурентная среда

"Золотое Яблоко" выделяется и привлекает ЦА, показывая уникальное торговое предложение.



долгосрочная перспектива

Компания создает имидж, который способствует узнаваемости бренда с течением времени.



клиентоориентированность

Маркетинговая концепция "Золотого Яблока" способствует максимальному удовлетворению потребностей клиентов и удержанию их.



gold apple

Таким образом, маркетинговая концепция компании позволяет бренду "Золотое Яблоко" успешно конкурировать на рынке косметики и продолжать свое развитие в долгосрочной перспективе.

Спасибо за внимание!

