

Результаты исследования

Рынок пластиковых окон г. Екатеринбурга

Цели и задачи

Цель: Определить основу для позиционирования и продвижения компании в г. Екатеринбурге.

Задачи:

- изучить рынок пластиковых окон;
- определить критерии выбора продукта;
- оценить конкурентов и их маркетинговую стратегию;



Инструменты исследования

- Кабинетное исследования рынка (анализ вторичных данных).
- Анализ отзывов о компаниях и продукции в сети Интернет.
- Сбор обратной связи от клиентов компании.
- Анализ сайтов и позиционирования конкурентов в Екатеринбурге.
- Тайный покупатель в салоны.



Исследование рынка

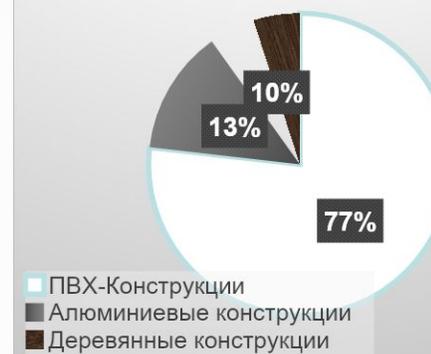
Рынок ПВХ-конструкций



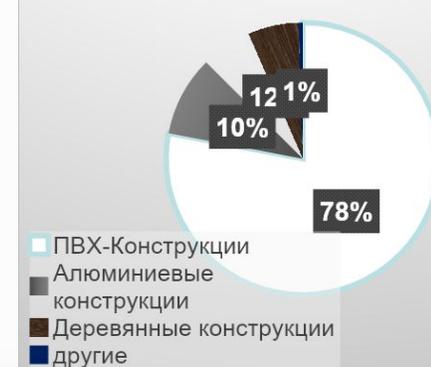
Сезонность на рынке ПВХ-конструкций



Сегментация по материалам, 2006

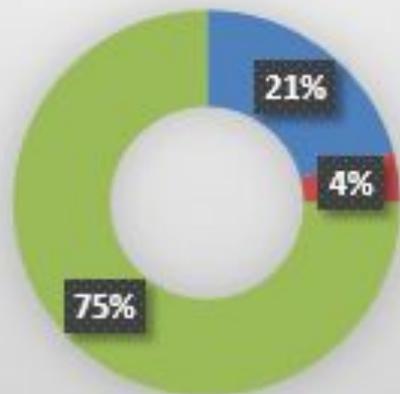


Сегментация по материалам, 2014



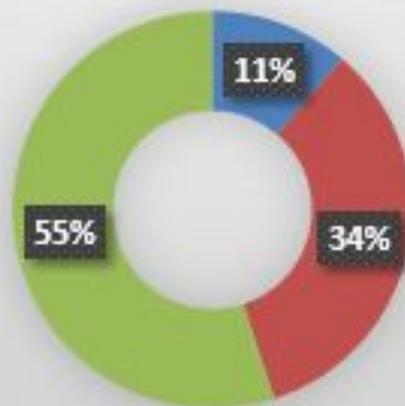
Сегментация клиентов

Сегменты потребителей пластиковых окон, 2012



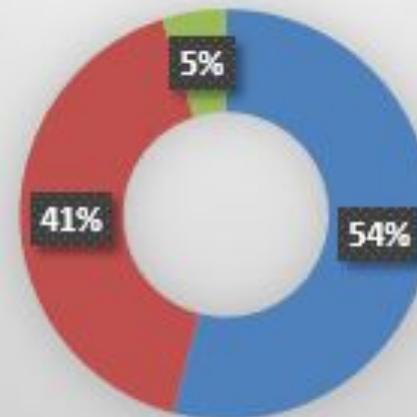
- Эксплуатирующиеся объекты недвижимости
- Новые объекты недвижимости
- Эксплуатирующиеся объекты недвижимости до 1995 года, замена старых окон

Сегменты потребителей пластиковых окон, 2014



- Эксплуатирующиеся объекты недвижимости
- Новые объекты недвижимости
- Эксплуатирующиеся объекты недвижимости до 1995 года, замена старых окон

Сегменты потребителей пластиковых окон, 2020

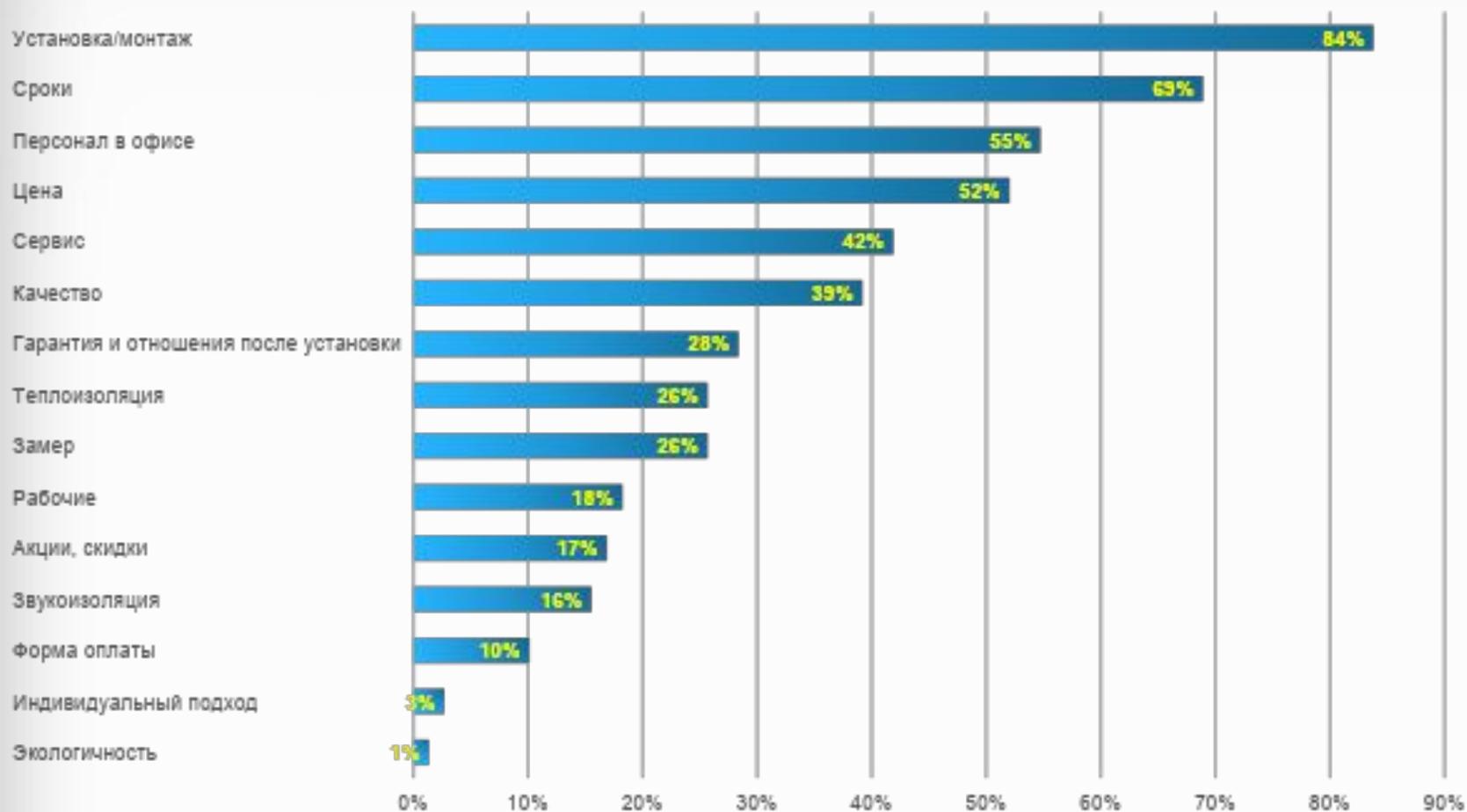


- Эксплуатирующиеся объекты недвижимости
- Новые объекты недвижимости
- Эксплуатирующиеся объекты недвижимости до 1995 года, замена старых окон



Анализ ОТЗЫВОВ

Параметры качества, волнующие потребителей окон

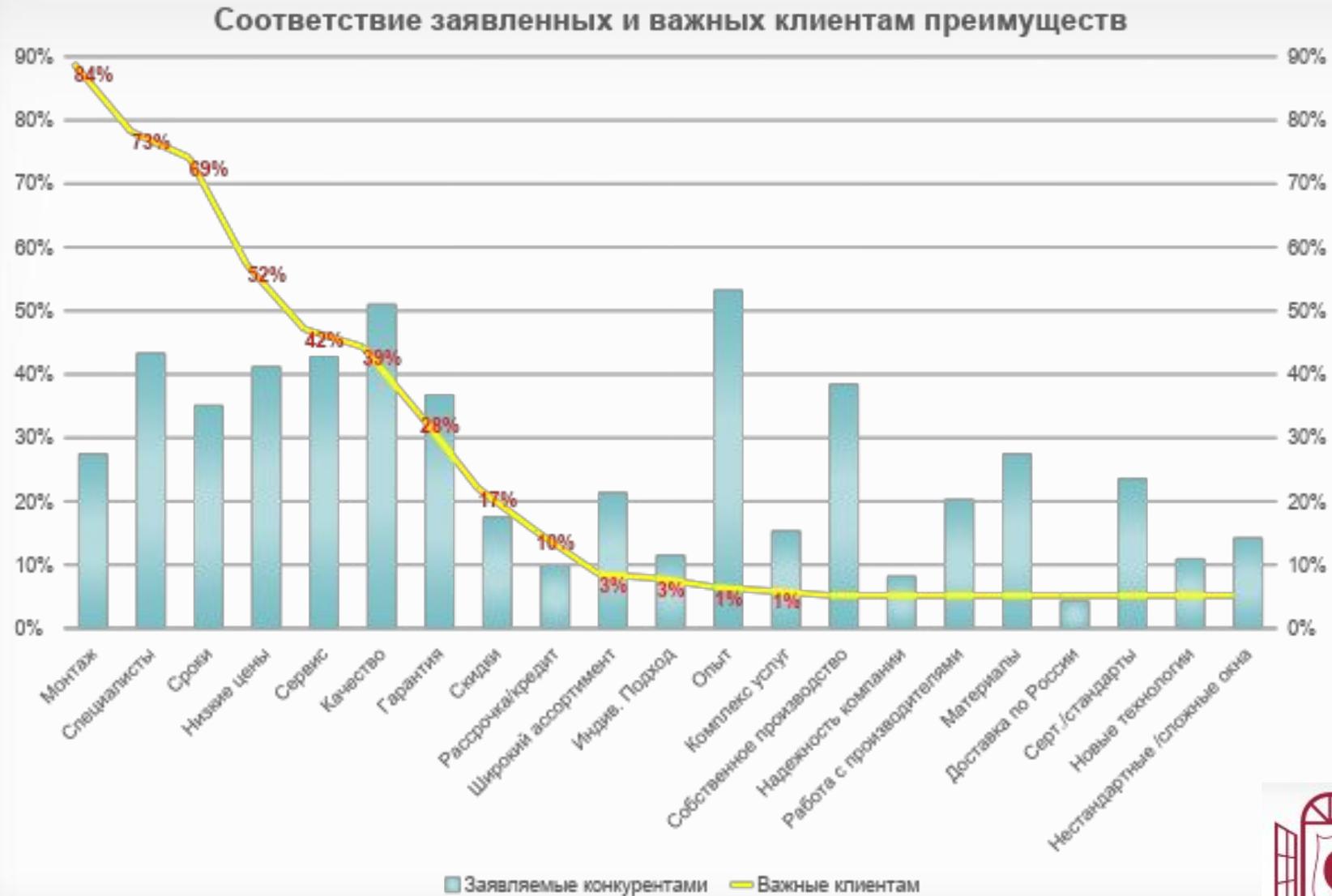


Анализ обратной связи

- Предоставлено 24 контакта клиентов, купивших окна в 2015 году. 6 человек полностью ответили на вопросы анкеты.
- 100% опрошенных довольны качеством работы компании (менеджера, замерщика и установщиков) и качеством продукции.
- 4 из 6 человек указали, что пришли по рекомендации. Плюс в том, что компанию рекомендуют, минус – компания не получает клиентов из других источников.
- Среди критериев выбора: соотношение цена/качество, репутация компании, шумоизоляция.



Анализ конкурентов



Тайный покупатель

- Посетили 7 салонов конкурентов и 1 салон Стекландия с легендой на замену окна и двери на балкон.
- Подробное описание по параметрам (оформление салона, работа менеджера, рекламные и презентационные материалы) и запись разговоров в Приложениях.
- Лучшими по общим результатам стали салоны WOWMOM и Ирбис.



Тайный покупатель.

Выводы

- Оформление салона играет важную роль в вопросе доверия к компании и в вопросе баланса ценности и цены продукта.
- Качество работы менеджеров сильно разнится от уровня компании, сразу заметно наличие обучения и прописанного сценария продаж (у компании WOWMOM, Погода в доме и Стеклодом).
- Большинство менеджеров подвержены «профессиональной деформации», т.е. не объясняют клиенту то, что им кажется элементарным, надеются на полную осведомленность клиента, перекладывают на клиента полную ответственность выбора, толком не выявляют потребность и не консультируют, а рассказывают.
- Самое слабое место ВСЕХ компаний – **закрытие сделки** (пример в Приложениях).



Выводы по исследованию

- Из-за перенасыщенности рынка и редкой покупки, задача приобретения окон является сложной для потребителя. Как нужно было люди понимают только когда получили опыт.
- Поэтому нет ключевого акцента в процессе продаж (ключевое преимущество).
- Основные работы по продвижению – массовая офлайн реклама, PR (работа с отзывами), онлайн реклама
- Помимо информирования клиента (реклама), должна быть проведена работа по улучшению процесса продаж и обслуживания клиентов
- Сервис – это то, что происходит после получения предоплаты, этот процесс также важен, как и продажа



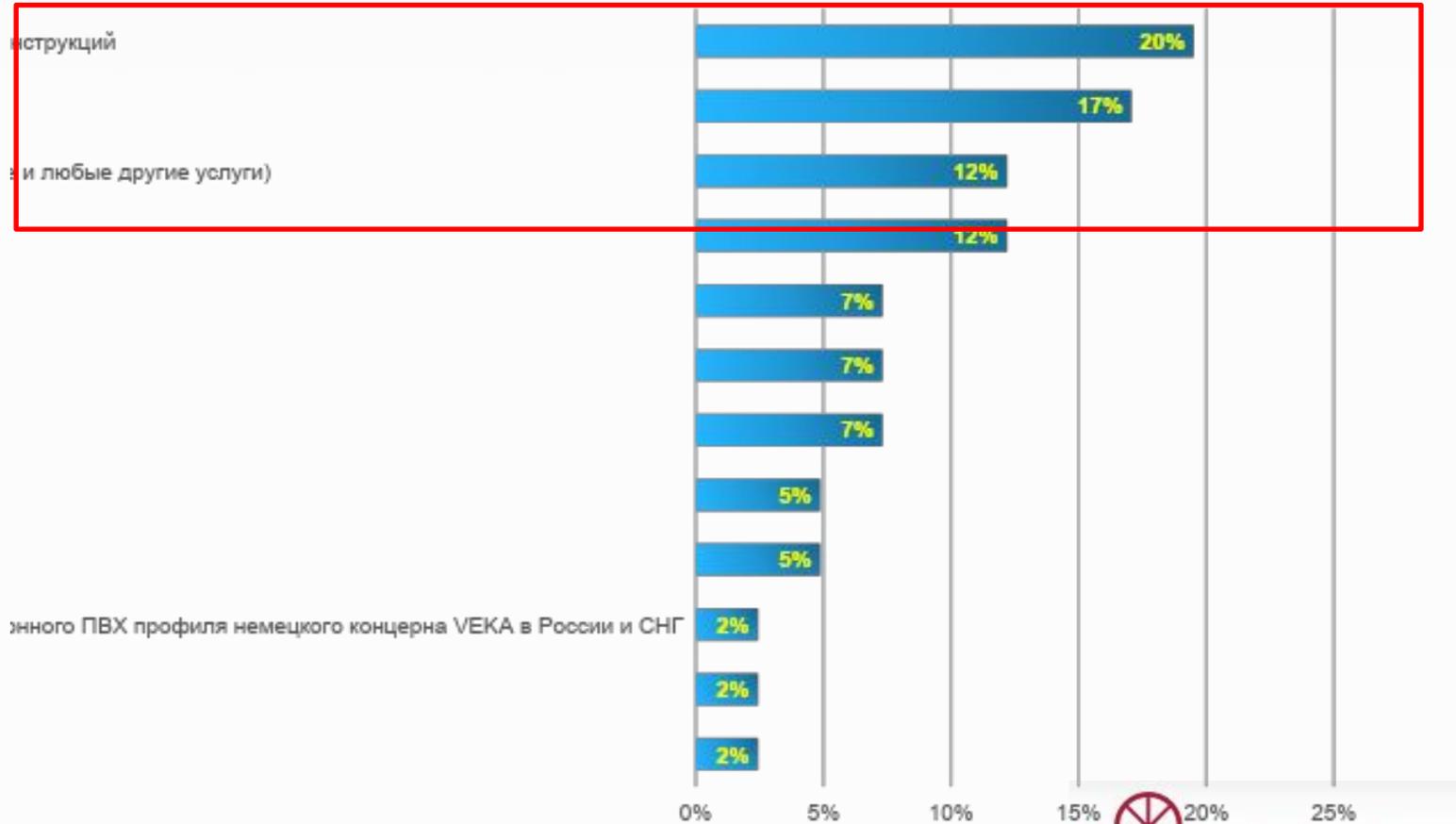
Позиционирование конкурентов

Сегментация конкурентов по видам деятельности



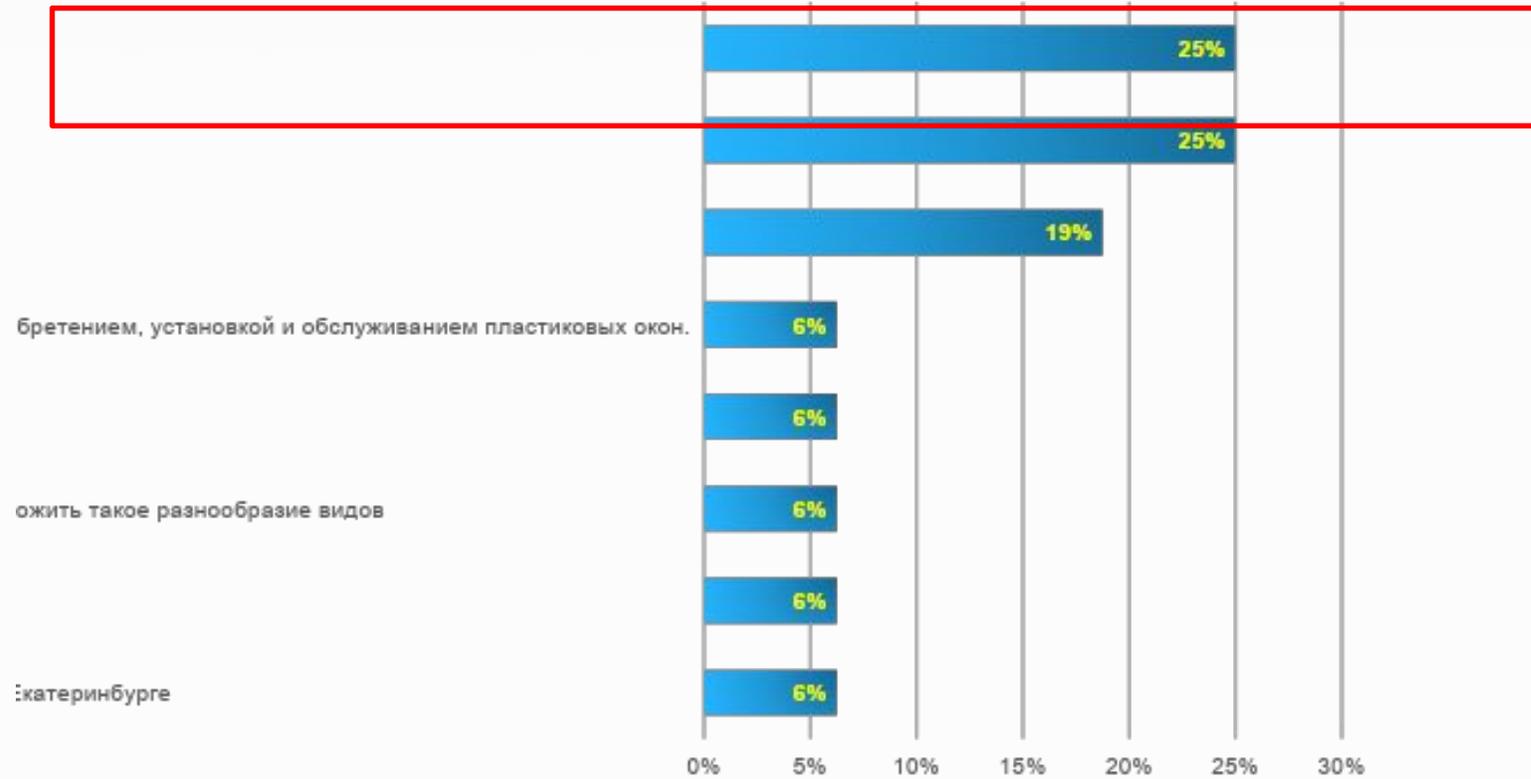
Позиционирование конкурентов

Позиционирование конкурентов (изделия из пластика и алюминия)



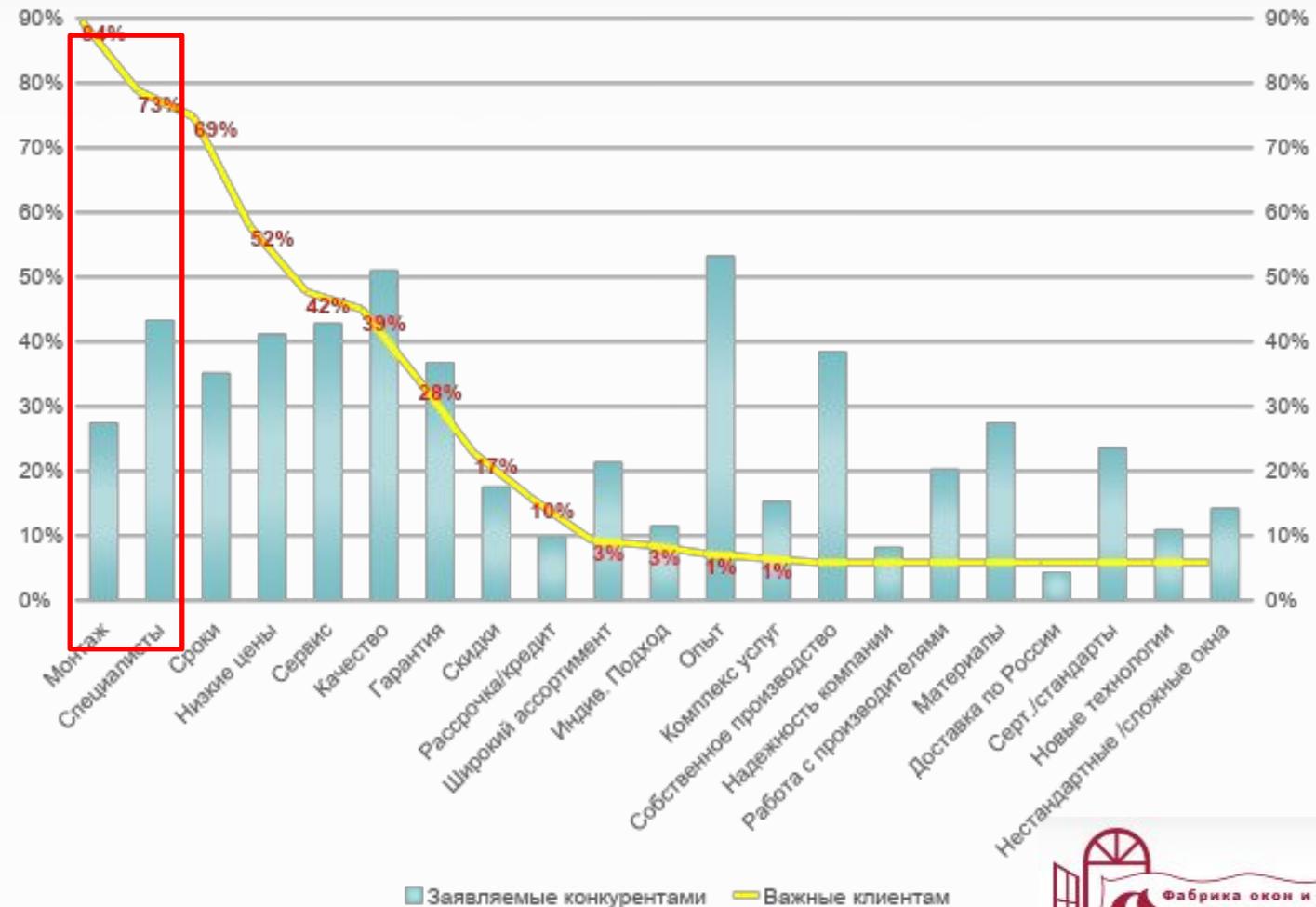
Позиционирование конкурентов

Позиционирование конкурентов (пластиковые окна)



Анализ конкурентов

Соответствие заявленных и важным клиентам преимуществ



Направление позиционирования

- Фабрика (производство)
- Профессионализм (мастерство)
- Комплексное решение вопроса установки окон



План работ

- Разработка позиционирования (внедрение в слоган, фирменный стиль, логотип, сайт);
- Разработка конкурентных преимуществ;
- Разработка системы маркетинга: инструменты измерения конверсии, эффективности рекламы и продаж.
- Разработка стратегии продвижения;
- Разработка рекламных кампаний (онлайн и оффлайн);

