

Abduraxmonov Muzaffar

Ashyan Mebel

fabrikasi

Reja:

1. Marketing tadqiqoti
2. Marketing tahlil
3. Maqsadli auditoriya
4. Marketing strategiyasi
5. Brend platformasi
6. MediaPlan

Marketing tadqiqoti

Marketing tadqiqoti:

- Briefing (savollarga javoblar)
- Biznes maqsadi
- Marketing maqsadi (short term)
- Analiz (polivoy, kabinet)

Brief (savollarga javoblar):

- Kompaniya Samarqand shahrida joylashgan, 10 yillik tajribaga ega, 5ta filial
- Mahsulot: Yotoqhona va mehmonhona mebellari (35 hildan ortiq)
- Mahsulot sifatli germaniya texnologiyasi, doimiy yangi design
- Bugungi kunda ishlab chiqarish quvvatining 40%
- Mahsulot tez ishdan chiqishi, ko'chirish imkoniyati yo'qligi, old-fashioned
- Deadlinega qattiq amal qilish, sifat nazorati, lokatsiya, boshlang'ich to'lovsiz
- Raqobatchilar ijtimoiy tarmoqlarda aktiv emas
- Marketing harakatlari deyarli amalga oshirilmagan
- CJM va sotuv jarayoni faqatgina showroomlar orqali (offline)
- Uylanayotgan yigitlar
- Qaror qabul qilishda ota-onalar ishtirok etishlari mumkin

Biznes va marketing maqsadlari:

Biznes maqsadi: 2022 yilda 5 ta showroom savdosini birgalikda oshirish va bozorda o'rnini mustahkamlash

Marketing maqsadi: Kompaniya imidjini yaratish va savdo-sotiqni stabillashtirish

Analiz:

- Kompaniya upakovka qilinmagan (logo, brandbook, katalog...)
- Marketing juda past darajada (maqsadli auditoriya, pozitsiya, reklama yo'q)
- Biznes internetda mavjud emas
- Qimmat sota olmaslik
- Filiallar yaxshi joylashuvga ega
- Miqdor analizi (faqatgina yangi filial 60% savdoni egallaydi)
- Mebellarni narx segmentlari bo'yicha aralash joylashgan
- Tashrif buyuruvchilar kam
- Sotuv varonkasi yo'q
- Sotuvchilar tayyorlanmagan (script yo'q)
- Raqobatchilarda ham shunday vaziyat

Marketing tahlil

Marketing tahlil: SWOT

Strength:

- Kuchli jamoa (15 yil)
- Doimiy yangi design
- Sifat va deadline
- Assortiment
- Showroomlar 5ta
- Bepul yetkazish, o'rnatish

Weakness:

- Brand mavjud emas
- Reklama qilinmagan
- Bo'lib to'lash imkoniyati yo'q

Opportunities:

- Biznesni sistemalashtirish
- To'ylar mavsumi
- Trendlar
- Raqobatchilar sustligi
- PR yondashuv

Threats:

- High tech mebellarga talab oshishi
- Raqobatchilar rivojlanishi, ko'payishi
- Filiallar kamayishi

Auditoriya:

- B2C (Yuqori, premium segment)
- To'y uchun mebel sotib olmoqchi bo'lgan yoshlar
- Kuyovning ota-onasi
- Yangi uyga ko'chayotgan yosh oilalar

Demografiya:

Yosh: 22-28

Jinsi: Erkak

Millati: O'zbek, tojik

Lokatsiya: Samarqand

Daromadi: + \$800

Oilaviy sharoiti: bo'ydoq

Psixografika:

Moliyaviy mustaqil, ma'sulyat olishga tayyor.

Motiv: yangi oilani eng yaxshi narsalar bilan boshlash, mebelni o'zim olaman

Kommunikatsiya:

Tone of voice: Luxury, hissyotga qaratilgan

Marketing strategiyasi

Marketing strategiyasi:

1. Pozitsiya (Biz mijozlarimiz bilan yaqin do'stmiz)
2. UTP (Mebelni uyingizda ko'ring, pulini keyin berasiz)
3. Offerlar (chegirma, bepul yetkazib berish, sovg'alar)
4. Raqobatda yetakchi bo'lish
5. Penetration
6. Bor maxsulotni boshqa mijozlarga taqdim etish
7. Rivojlanish strategiyasi

Marketing strategiyasi:

Mahsulot

<i>Bor</i>	*		
<i>O'xshash</i>			
<i>Yangi</i>			
	<i>Bor</i>	<i>O'xshash</i>	<i>Yangi</i>

BOZOR

Narx

<i>Yuqori</i>			
<i>O'rta</i>			*
<i>Past</i>			
	<i>Yuqori</i>	<i>O'rta</i>	<i>Past</i>

Baland

Marketing strategiyasi takliflar:

- 2 ta yangi brend yaratish kerak
- Ijtimoiy tarmoqlarni aktivlashtirish
- Biznesni upakovka qilish (logo, brandbook)
- CJM, sotuv varonkasi
- Rekamaga budget ajratish
- Murojaatlarni effektiv qayta ishlash (CRM)

Brend Platformasi

Brand platformasi:

Atributlari

Nom: Ashyan

Ranglar: Tilla, qora

Shior: Mebel bugun
uyingizda

Pozitsiya

Biz mijozlarimiz bilan yaqin
do'stmiz va ularga eng kerakli
va yaxshisini tafsiya qilamiz

Ratsional

Tez, sifat, tanlov

Kommunikatsioon strategiya

Kommunikatsion strategiya:

Kimga: Klassik mebel olmoqchi bo'lgan mijozlar

Qayerda: Digital marketing va ma'lum joylarda bannerlar

Nima demoqchimiz: Har kim uchun qulaylik

Kommunikatsion strategiya:

Offline

1. Branding - \$1000
2. Katalog - \$500
3. Banner - \$500

Online

1. SMM - \$1000
2. Influencerlar – \$1000
3. Landing page - \$800
4. OLX, Glotr - \$30
5. Context reklama - \$400
6. PR

Umumiy: \$5300

Mediaplan:

Kanallar	Mart	Aprel	May	Iyun	Iyul	August
Target	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500	\$500
Banner		\$500	\$500	\$500	\$500	\$500
Influencerlar			\$1000		\$1000	
OLX, Glotr	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
Langing page	\$1000					
Context reklama		\$200	\$300	\$300	\$300	\$300