

Фотографското студио е бизнес, който съвместява в себе си продукти и услуги, като по този начин се явява малко по-сложен, отколкото повечето бизнеси. Фотографското студио ще бъде чисто нова местна фирма, базирана в гр. Созопол, която ще предлага на местните клиенти продукти като фотографски снимки и фотографско оборудване и аксесоари (рамки, фотоапарати, стойки, стабилизатори и др.). Фотографското студио също така ще предоставя на своите клиенти редица фотографски услуги, като например студийна фотография, фотография на определено място, редактиране и обработка на снимки и т.н.

Пазарни тенденции

- Размерът на пазара се разраства с нормални темпове в страната и чужбина благодарение на качеството на продуктите, но основната заплаха е прекалено голямото насищане на пазарите със стоки произведени в Китай и ниските им цени.
- Тенденциите на фирмата са за ръст в продажбите благодарение на съвместната дейност с туристически агенции и хотели в гр. Созопол.
- Сезонността влияе на общите продажби, защото през летните периоди се търсят най-много услугите на фотоателието. Според мен, това е най-критичният фактор, който влияе на развитието на фотоателието.
- Няма стоки заместители . Под такива следва да се разбират кабинки и други инсталации, които срещу 1 лв. например правят снимка.
- Рекламната интензивност на компанията се извършва посредством медиите – местната преса и интернет страница на фирмата. Важно е тук да се отбележи, че най – добрата реклама извършва доволния клиент. Факта, че фирмата се намира в малък град, какъвто е Созопол дава всички предпоставки да се разпространява и подобрява репутацията на фирмата, със пропорционална сила вероятността да се понижи по този начин е също толкова вероятна.

Профил на купувачите

Факторите, които влияят на процеса на покупка са добрата реклама на продуктите и тяхното качество, но заплаха за продажбите е по-високата цена на стоките или услугите. Основно купувачите са туристи от чужди страни.

Конкурентна среда

Факт е, че съществуват много потенциални клиенти, които нямат все още създадена култура на потребление, предпочитат продукти в зависимост от цената, без да вземат предвид какви параметри притежава закупената стока или услуга. Фирмата е защитена от конкуренти в областта, защото няма други фотостудиа в близост.

Вътрешен анализ на организацията.

Продуктово портфолио

Портофолиото, което фотоателието включва: всякакви допълнителни стоки, които допълват основната услуга по направата на фотосесии вкл. антични (със стари дрехи, автомобили и т.н.)

Основни конкуренти

Сравнително висока цена на продукта; Все още недостатъчна осведоменост към услугата;

Комуникация

Промоционалната политика на е изцяло ориентирана към постигане на бизнес целите на фирмата. По-големи продажби, конкурентоспособност. В нея се включва информационната политика, осъществявана със средствата на рекламата, връзките с