БЕЗПЛАТНО ПРЕВЮ

Маркетингов план за копирен център K&C

Учебен маркетингов план за копирен център с мисия, анкета, SWOT анализ, маркетингови политики, оборудване, персонал и финансови разчети.

Оригинал: 21 страници. Избрани откъси: 4, 10, 19.

Редакционен прочит, оригинални откъси и шест изписани промпта.

Създадено с помощта на AI по методологията на Tetradka.bg. Използвай материала с коректно цитиране и собствен анализ.

Редакционен прочит

Съдържание и приложимост

Планът свързва потребители, услуги, оборудване и бюджет.

Посока за подобрение

Уточни извадката и начина на провеждане на анкетата, преди да обобщаваш потребителските предпочитания.

Работа с доказателства

Провери съгласуваността на месечни и годишни разходи и парични потоци. Цените са данни на оригинала.

Откъс от оригинала / стр. 4

II.Мисия на фирмата:

Мисията на фирмата е да предложи на потребителите услуги задоволяващи ефективно техните потребности на достъпни цени.Седалището на фирмата е в гр.Сопот сравнително малък град,в който липсата на конкуренция довежда до неадекватно високи цени на подобен род услуги.Качеството ще е приоритет за новата фирма независимо от ниското равнище на конкуренция.Водещо правило при изпълнение на дейността ще е ефективно и ефикасно задоволяване на потребностите на клиента.
„Най-доброто за най-добрите!”
Прогнозиран е успех на проекта поради новаторско мислене,използване на най-новото оборудване и нови техники в изпълнение на дейността.

III.Дърво на целите:



Откъс от оригинала / стр. 10

4.5. SWOT Анализ

Силни страни	Слаби страни
• Добри компетенции на мениджърите – диплома за офис-мениджър • Добре замислени функционални стратегии • Водещи в технологията • Атрактивни цени • Силна реклама • Високо качество на обслужване • Придобиване на ресурси на ниски цени	• Липса на пазарен имидж • Липса на алтернативни финансови източници • Мениджърите нямат необходия опит
Възможности	**Рискове**
• Прилагане на иновации – светеща фотохартия • Богато съдържание на нашия уебсайт. • Преместване в нови по атрактивни пазарни сегменти	• Икономическа криза в страната • Демографски срив в региона • Слаба платежоспособност на населението

V.Маркетингов план:
5.1.Ценова политика

1. Методи на ценообразуване

- Метод на ценообразуване, основаващ се на търсенето – метод на „потребител-производител". Избрахме този метод, тъй като проведохме анкета и установихме приемливото равнище на цената за предлаганите стоки и услуги.
- Метод на ценообразуване, основаващ се на разходите – ценообразуване със стандартна надценка.

2. Маркетингови стратегии на ценообразуването

- Стратегия за стимулиране на продажбите – ценообразуване за специални случаи: фирмата предлага промоции за определен период от време.
- Стратегия за отстъпки в цената – отстъпки в количеството
- Стратегия на „дъмпинг"

5.2.Рекламна стратегия

- Печатна реклама – списания и вестници (в. Марица, в. Уикенд), брошури, директна поща, поздравителни картички, флайери и др.
- Електронна реклама – уебсайт и страница във фейсбук
- Транспортна реклама – спирки в близост до учебни заведения

Откъс от оригинала / стр. 19

Входящи потоци	I	II	III	IV	V	VI
Лични вноски	50 000,00					
Постъпления от продажби	6 300,00	6 200,00	6 200,00	6 300,00	6 350,00	6 300,00
Събран ДДС	1 260,00	1 240,00	1 240,00	1 260,00	1 270,00	1 260,00
Общо	57 560,00	7 440,00	7 440,00	7 560,00	7 620,00	7 560,00
Изходящи потоци						
Закупени материали	1 500,00	1 500,00	1 411,67	1 333,33	1 411,67	1 333,33
Закупени ДМА	7 645,00					
обучение на персонал	100,00	100,00	100,00			
Реклами	1 000,00	916,67	1 083,33	916,67	1 083,33	916,67
Фирмена регистрация	160,00					
Заплати	2 124,37	2 124,37	2 124,37	2 124,37	2 124,37	2 124,37
Осигуровки	831,97	831,97	831,97	831,97	831,97	831,97
ДДФЛ	236,04	236,04	236,04	236,04	236,04	236,04
Други разходи	209,17	209,17	209,17	209,17	209,17	209,17
СОТ	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67	16,67
Погасителни вноски						
Комисионни	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Платено ДДС	1 529,00	528,49	550,16	495,16	550,16	495,16
Общо	15 357,22	6 468,38	6 568,38	6 168,38	6 468,38	6 168,38
Месечен баланс	42 202,78	971,62	871,62	1 391,62	1 151,62	1 391,62
Баланс с натрупване	42 202,78	43 174,40	44 046,02	45 437,64	46 589,27	47 980,89

КРАЕН БАЛАНС

АКТИВИ		ПАСИВИ	
ДМА	5 969	ОК	50 000
РС	54 634,61	Печалба	2 641,82
		Корпоративен данък	293,54
		ДДС за внасяне в бюджета	7 668,25
Сума на активите	60 603,61	Сума на пасивите	60 603,61

7.3.Прогнозни икономически показатели

Промптове за самостоятелна работа

ПРОМПТ 01

Работи само с приложения материал. Свържи целевите потребители с услугите и каналите за достигане до тях. Посочвай страниците и маркирай липсващите данни. Не измисляй факти.

ПРОМПТ 02

Работи само с приложения материал. Провери дали изводите от анкетата имат описана извадка и данни. Посочвай страниците и маркирай липсващите данни. Не измисляй факти.

ПРОМПТ 03

Работи само с приложения материал. Съпостави SWOT факторите с предложените маркетингови действия. Посочвай страниците и маркирай липсващите данни. Не измисляй факти.

Промптове за самостоятелна работа

ПРОМПТ 04

Работи само с приложения материал. Провери аритметиката и съгласуваността на бюджета и паричните потоци. Посочвай страниците и маркирай липсващите данни. Не измисляй факти.

ПРОМПТ 05

По темата „Маркетингов план за копирен център K&C“ създай 8 въпроса за самоподготовка с различна трудност. Дай отделен ключ с обяснения и препратки към материала.

ПРОМПТ 06

Прегледай мой собствен текст по темата „Маркетингов план за копирен център K&C“ за ясна теза, аргументи и цитиране. Предложи конкретни подобрения и нужни източници, без да измисляш библиографски данни.

Подкрепа за собствена разработка

Изследователски въпрос

Формулирай конкретен въпрос и обхват. Използвай оригинала за ориентация, а изводите изгради чрез собствен анализ.

Източници и цитиране

Провери произхода и периода на твърденията. Отбележи използваните материали и помощни инструменти.

Тестове за самоподготовка

Разработване на тестове по материали на студента: лекции, конспекти и задачи. Въпросите могат да бъдат с избираем отговор, отворени или практически, с отделен ключ и обяснения.

Консултация и редакция

Подкрепа по структура, метод и оформление, обратна връзка по собствен текст. Обхватът, срокът и цената се уточняват според задачата.

info@tetradka.bg | www.tetradka.bg