



**БУРГАСКИ СВОБОДЕН УНИВЕРСИТЕТ**  
*новата идея в образованието*

**ДОКЛАД**  
**ПО СПЕЦИАЛИЗИРАЩА ПРАКТИКА**  
**НА ТЕМА:**

**ТОЙОТА**



Изготвил: .....

Проверил:.....

*Бургас, 2016*

**1) Стопанска или нестопанска организация, в която е проведен  
стажът наименование, юридически статус**

“Спекта Ауто” ООД е дружество учредено за неопределен срок.

Седалището и адресът на управление на “Спекта Ауто” ООД е РБългария, гр.Бургас, ул. „Индустириална” 19. Дружеството няма разкрити и регистрирани клонове.

Към 31.12.2014 г. Дружеството се управлява и представлява от Николай Иванов Николов. Съдружници в “Спекта Ауто” ООД към 31.12.2014г. са:

1. Николай Иванов Николов - 2500 лева 25 дяла;
2. Калоян Ганчев Ганев — 2500 лева, 25 дяла;

Дружеството е вписано в Търговския регистър воден от Агенцията по вписванията.

**2) предмет на дейност на организацията**

Предметът на дейност на “Спекта Ауто” ООД е: Покупко-продажба на смазочни масла и други нефтопродукти, покупко -продажба и ремонт на автомобилни резервни части първа и втора употреба, както и всички други дейности, разрешени от закона.

Спекта ауто ООД е компания работеща в сферата на бизнеса с автомобили и обхваща следните направления:

- Търговия с моторни и индустриални масла, греси и специални течности – продукти Aral, Hilber, Cario и др.
- Търговия с акумулаторни батерии – продажба и гаранционен сервиз на стартерни, полутягови и тягови батерии от марките Duracell, Moll, Ferra и Ennexu.
- Търговия с гуми за леки, лекотоварни, товарни автомобили, селскостопански машини и автобуси с марките Goodyear, Dunlop, Fulda, Syron, Sava, Debica, Michelin – продажба, монтаж и демонтаж, баланс и изправяне на джанти.

- Продажба на нови автомобили – официален дилър на TOYOTA и LEXUS за гр. Бургас и региона и употребявани автомобили с гаранция. Застраховки, лизинг и автомобили под наем.

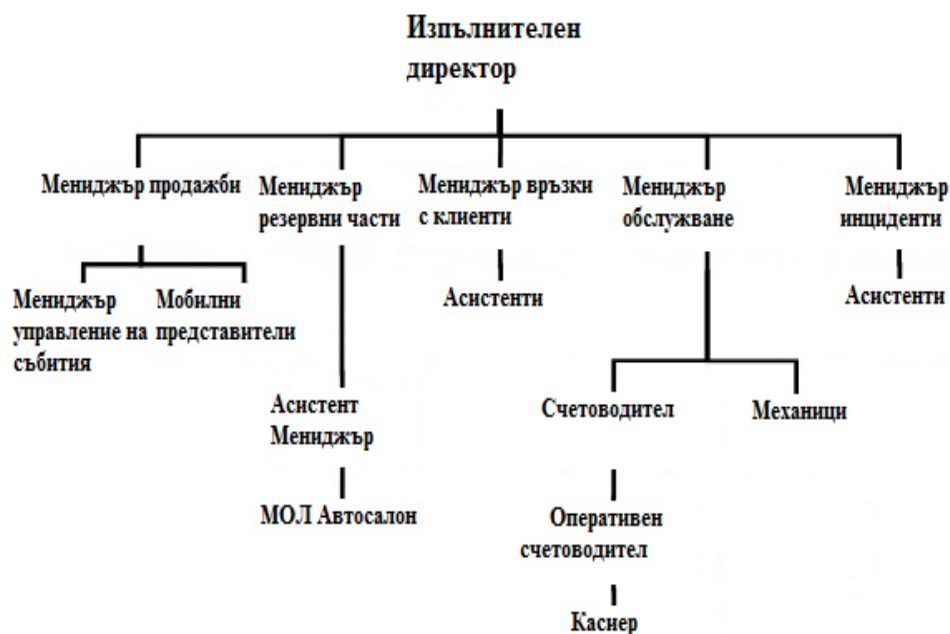
- Най-голямата сервизна база за леки и лекотоварни автомобили в България разполагаща с 32 работни поста за продажба на авточасти и следните услуги: смяна на масла, всички видове филтри, смяна на накладки и спирачни дискове, смяна на антифриз, спирачна течност, зимна и лятна течност за чистачки, диагностика профилактика и зареждане на климатични системи, регулиране на фарове, релаж и стенд за геометрия на ходова част, ремонти по ходова част, двигатели, скоростни кутии. Електрически ремонти на динама и стартери, компютърна диагностика и др.

- Търговия с автокозметика и консумативи – чистачки за автомобили Trico, авто крушки Tungstam, маслени, горивни, въздушни, хидравлични и филтри за купе с марка Alco, стоманени и алуминиеви джанти за автомобили Mam и Keskin.

- Търговия с добавки, почистващи продукти и аерозоли power maXX на немския производител Blue Chem

### **3) управленска структура на организацията**

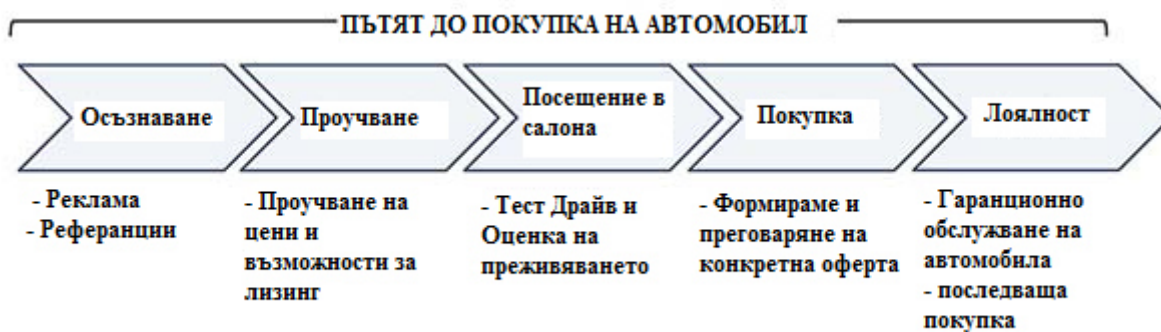
**ФИГ. 2 ОРГАНИЗАЦИОННА СТРУКТУРА НА СПЕКТА АУТО ООД - БУРГАС**



**4) ролята на маркетинга във връзка с усъвършенстване дейността на организацията/фирма**

Разбирането за ролята на всеки маркетингов инструмент, който води до закупуване на автомобил е едно непрекъснато предизвикателство за Спекта Ауто ООД. Компанията е приела маркетингов модел, който предоставя възможност за оценка и оптимизиране на маркетинговите инвестиции по различни демографски и потребителски сегменти.

**Фиг.2 Маркетингов подход на Спекта Ауто**



Спекта Ауто ООД се сблъсква с редица уникални маркетингови предизвикателства. Стимулиращи програми за клиенти постоянно се развиват. Обикновено те се проявяват под формата на финансиране, лизинг и обратно изкупуване. Цикълът на закупуване на превозно средство също е много по-дълъг отколкото повечето продукти. Това увеличава значението на намирането на правилната комбинация от краткосрочни, продуктово-фокусирани и дългосрочни маркетингови инвестиции. Други по-големи предизвикателства включват ценообразуването, иновациите и интензивната конкурентна среда. Автомобилната индустрия е една сложна система.

Ролята на маркетинга в Спекта Ауто може да се обобщи с това, че помага на компанията да намери отговори на следните въпроси:

- 1) Как да оптимизира инвестициите в стимулиране на потребителите по пътя на покупката на автомобил?
- 2) Каква е оптималната комбинация от инвестиционни усилия в рамките на даден потребителски сегмент или модел на Тойота?
- 3) Кои стимули са най-ефективни при привличане на клиенти? Единични продажни и рентабилността?
- 4) Какъв е правилният баланс за марката и рекламните съобщения?
- 5) Как маркетингът оказва въздействие върху лоялността и задържането на клиентите?