



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КАЗУС

ПО МВАМ071D МАРКЕТИНГ В РАЗВЛЕКАТЕЛНАТА ИНДУСТРИЯ

НА ТЕМА:

ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ЛАКШМИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ПАЗАР

Изготвил:

Проверил:

2018

1. Определяне на таргет групата и сегментиране на ключови пазари.

Целта е да се позиционират бижутата на Лакшми на Европейския пазар.

Фигура 1 Сегментиране на пазара на бижута и цени



Продуктовото портфолио на Лакшми е широко и разнообразно, което ще позволи на фирмата да използва мултитаргет подход. Фирмата се нуждае от диверсифицирана и международна клиентела, с която да установи трайни взаимоотношения.

Марката бижута може да се насочи към всички категории - жени, мъже и непълнолетни. Но тя трябва да бъде ориентирана преди всичко към жените. Жените винаги са поддържали безразборни връзки с модата. Обичайно жените се интересуват от мода, искат да притежават нови и отличаващи се бижута. Но имайки предвид, че това е скъпа марка, то би следвало таргет групата да бъдат бизнес дами на зряла възраст.

Продуктите на Лакшми ще бъдат насочени към пазара на Обединеното кралство. Първо, защото Индия е бивша колония, второ защото по-голямата част от индийците говорят английски език Тази межкултурна определеност ще подпомогне на Лакшми да навлезе на Европейския пазар през Обединеното кралство.