

Задача по маркетингу с решением

ЗАДАНИЕ.

Томская швейная фабрика «Весна», специализирующаяся на выпуске брюк, костюмов и платьев, имеет разную рентабельность продаж по каждому из перечисленных товаров.

На основе данных таблицы определите, какую продукцию необходимо рекламировать в большей степени. Менеджер фирмы по рекламе решил большую часть рекламного бюджета направить на финансирование рекламы платьев. Прав ли он? Ответы обосновать. Составьте рекламный бюджет по направлениям расходования средств.

Показатели	Вариант IV		
	Платья	Костюмы	Брюки
Выпуск, тыс. шт.	210	120	254
Объем продаж, тыс. шт.	185	70	242
Рентабельность продаж, %	23	30	20

РЕШЕНИЕ.

Менеджер фирмы по рекламе принял неверное решение, нельзя финансировать в большей степени рекламу платьев.

Анализируя данные таблицы, можно сделать вывод: в большей степени необходимо рекламировать костюмы. Это следует из того, что:

- 1) из всего производимого ассортимента товаров наименьшим спросом пользуются костюмы;
- 2) костюмы фабрике продавать выгоднее, чем платья и брюки, так как у них самая высокая рентабельность.

Бюджет рекламной кампании, как правило, определяется на основе опыта. Наиболее популярные подходы:

- по возможности (в зависимости от отдельных издержек и требуемой прибыли);

- как процент от продаж;
- на основе паритета с конкурентами;
- по целям и задачам (обсчет необходимых затрат).

Составим рекламный бюджет по направлениям расходования средств, зная конкретные задачи рекламы. Фирме нужно стимулировать в большей степени спрос на костюмы, в меньшей степени спрос на платья, и поддерживать спрос на брюки. Опираясь на поставленную задачу, фабрика большую часть средств из рекламного бюджета должна направить на рекламу костюмов. Определим в процентном соотношении, какую часть денежных средств нужно потратить на рекламу каждого товара.

Из данных таблицы видим, что платья реализуются на 88% от всего выпуска, брюки на 95%, а костюмы на 58%. Доля нереализованных платьев составляет 12%, нереализованных брюк 5%, костюмов 42%.

Пусть выделенные средства на рекламу составляют 100%. Проиндексируем доли непроданного товара относительно 100. Выявим, какова должна быть доля выделенных денег на рекламу каждого вида продукции, относительно объема нереализованного товара.

$$100\% / 59\% \approx 1.695$$

$$\text{Доля средств на рекламу костюмов: } 42\% \times 1.695 \approx 71\%$$

$$\text{Доля средств на рекламу платьев: } 12\% \times 1.695 \approx 20\%$$

$$\text{Доля средств на рекламу брюк: } 5\% \times 1.695 \approx 9\%$$