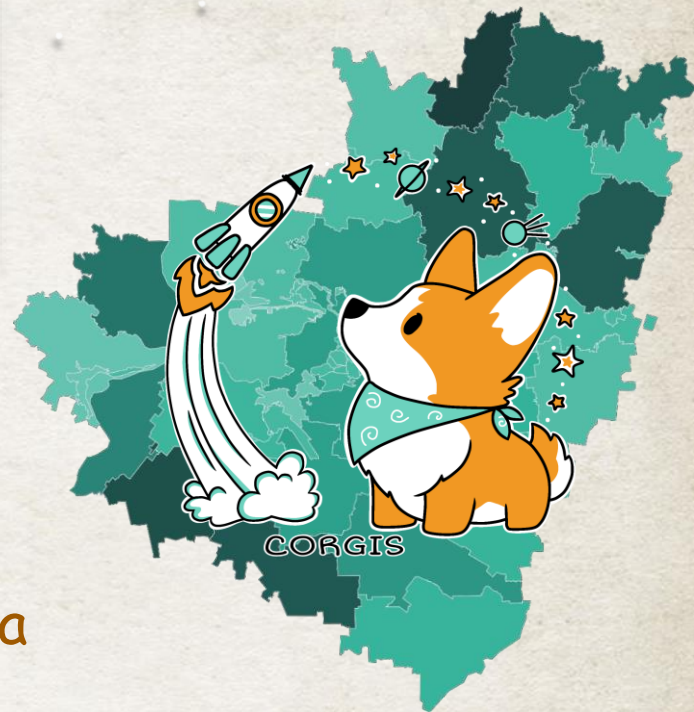




Corgis

Самарский национальный
исследовательский университет
им. академика С.П. Королёва

Инициативная разработка



Рынок. Спрос

Общее число запросов «Сувениры Самара» за 02.12.2023 — 02.01.2024: 1 478

Скачать

Формулировка

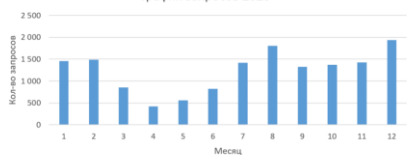
Число запросов

сувениры самара	1 478
сувениры самара купить	338
магазин сувениров +в самаре	140
сувениры самара где купить	117
сувениры подарки самара	89
самарские сувениры самара	69

Найдено число запросов за период 02.12.23-02.01.24, построены графики и выведены необходимые данные для определения среднего количества клиентов.

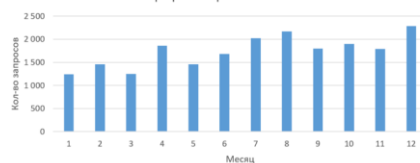
2020	Зима	Весна	Лето	Осень
Всего	4878	1833	4050	4129
Ср. знач	1626	611	1350	1376
Общее	14890			
Общ. ср	1241			

График запросов 2020



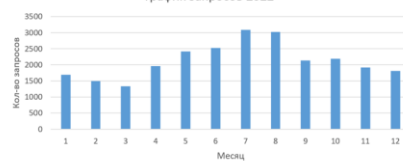
2021	Зима	Весна	Лето	Осень
Всего	4984	4568	5870	5491
Ср. знач	1661	1523	1957	1830
Общее	20913			
Общ. ср	1743			

График запросов 2021



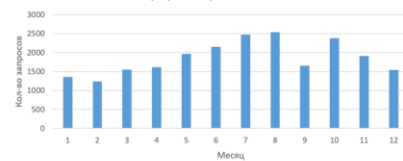
2022	Зима	Весна	Лето	Осень
Всего	4993	5699	8620	6237
Ср. знач	1664	1900	2873	2079
Общее	25549			
Общ. ср	2129			

График запросов 2022



2023	Зима	Весна	Лето	Осень
Всего	4133	5133	7162	5946
Ср. знач	1378	1711	2387	1982
Общее	22374			
Общ. ср	1865			

График запросов 2023



Динамика количества запросов (2020-2023 г.)



Выводы:

- Количество запросов **растёт**;
- **Взлеты** спроса - середина-конец лета (июль-август)
- **Падения** - осень, начало весны.

Открывать магазин нужно до лета, т.к. он должен успеть набрать первую аудиторию и быть готовым к обслуживанию в период пикового спроса.



Проблема. Целевая аудитория

Проблема.

Самарские сувенирные лавки и магазины:

- На улицах Самары - в малом количестве;
- Сосредоточены в узкой географии;
- Не имеют упора на историю Самары;
- Содержат в ассортименте мало необычных, авторских товаров;
- Не отображаются на картах в браузерах;
- Трудноотличимы и малозаметны на улицах;
- Заставлены стендами, прилавками и полками без идейного оформления интерьера в пользу максимального использования пространства.

Целевая аудитория:



- В основном - молодёжь 14-35 лет;
- Также - покупатели всех остальных возрастов (как дети до 14 лет так и зрелые люди - 35-60 лет);
- Туристы и гости нашего города;
- Самарчане.

Каждый желающий сможет приобрести то, что подскажет ему сердце: будь то футболка с пейзажем заката на набережной, почтовая открытка с достопримечательностями города, хенд-мейд брелок с эмблемой магазина или плюшевый друг-корги. Наши клиенты - открытые к новому люди, заинтересованные в путешествиях и истории города Самары.

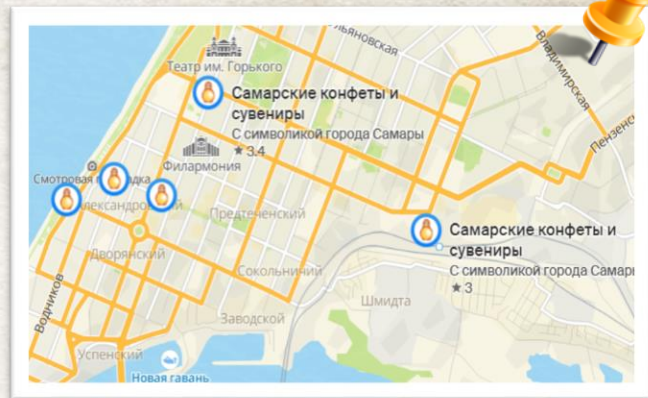


Как уже решается проблема. Конкуренты

Можно выделить несколько наиболее сильных конкурентов:

1) Сувенирная сеть «Матрёшка» и «Самара городок»:

- 5 филиалов по Самаре,
- оценки в 2ГИС - от 3 до 5 звезд.



Преимущества конкурента: Недостатки конкурента:

- Большой ассортимент;
- Удачное географическое расположение в туристическом центре;
- Сотрудничество с художниками.

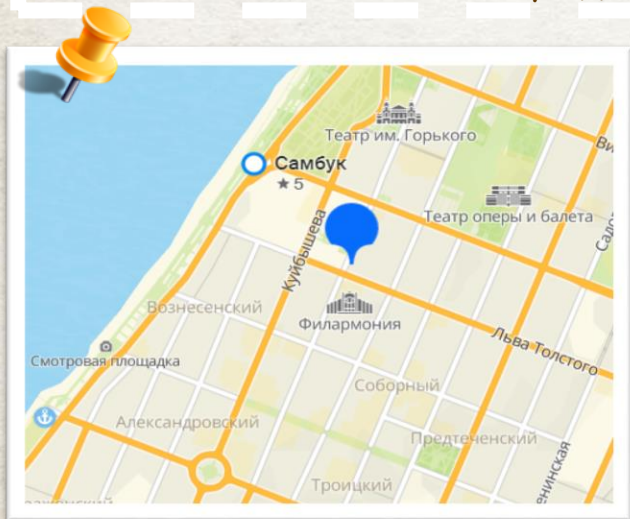
- Пустое оформление внутренней обстановки магазина;
- Невежливый персонал;
- Нет сайта;
- Нет ориентации на молодёжь.



Как уже решается проблема. Конкуренты

2) Самбук:

- Магазин самарских и русских сувениров;
- 2 филиала в Самаре;
- оценки в 2ГИС - от 4,9 до 5 звезд.



Преимущества конкурента:

- Большой ассортимент;
- Географическое расположение в туристическом центре;
- Приветливый персонал;
- Есть группа ВК.

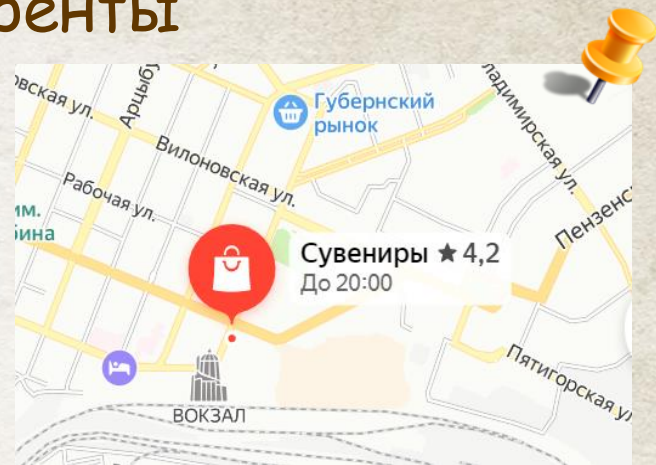
Недостатки конкурента:

- Слишком заставленное оформление магазина;
- Дороговизна товара;
- Нет ориентации на самарскую историю и символику.

Как уже решается проблема. Конкуренты

3) Самарские сувениры (ул. Спортивная 3-5)

- 2 филиала в Самаре;
- оценки в 2ГИС - от 4,2 звезды.



Преимущества конкурента:

- Расположение обоих филиалов у самарского Ж/Д вокзала;
- Внешний вид уютного ларька;
- Небольшие цены;
- Товар с символикой Самары

Недостатки конкурента:

- Малый ассортимент;
- Нет ориентации на молодёжь.

Барьеры

Барьерами для нашего проекта могут выступить такие факторы, как:

- Конкуренция;
- Проблема поиска места для аренды;
- Небольшое стартовое предложение для клиентов;
- Сезонность;
- Нестабильность экономической ситуации;
- Проблема поиска партнеров и поставщиков.



Наше решение



Наше решение - это упор на уникальность нашего товара, авторские разработки; изучение конъюнктуры рынка; ознакомление с основами дизайна и с требованиями к обустройству общественных помещений; стремление к расширению и сезонному обновлению ассортимента; поиск каналов для рекламы и проведение рекламных мероприятий (розыгрышей, скидок, акций), проведение первичных маркетинговых исследований.

Принцип решения - гибкость идей, коммуникация как с клиентами, так и с партнерами.



КОНЦЕПЦИЯ ИДЕАЛЬНОГО ПРОДУКТА:

- Магазин имеет приятную, спокойную и уютную **атмосферу**. Представлен широкий выбор, товар - **качественный**, красивый, цепляющий **глаз**, **практичный**, **оригинальный**. Покупка такого сувенира подарит **незабываемые эмоции** и воспоминания.

Продукция Corgis:

Объединена в шесть основных групп:

- Одежда и аксессуары;
- Канцелярия;
- Игрушки;
- Посуда;
- Кондитерские изделия;
- Товары для оформления подарков (конверты, ленты, коробки).

Продукция Corgis:



- Канцелярия - почтовые открытки и блокноты с самарскими пейзажами и достопримечательностями



От кого _____

Откуда _____

Индикатор отправления



CORGIS

Кому _____

Куда _____

Индикатор назначения



Мест
марки



Ах, Самара-городок!



Продукция Corgis:



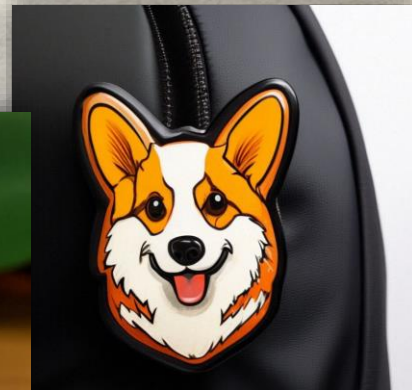
- Игрушки - авторские дизайны



Продукция
Corgis:



- Аксессуары - шопперы, значки на сумку и брелоки



Продукция Corgis:



- Кондитерские изделия - печенье домашнего приготовления



Команда



Правдина П.А.

- Менеджер проекта;
- Креативный продюсер.



Сумченко А.И.

- Идеальный вдохновитель;
- Аналитик.



CORGIS