Тема: «Анализ рекламной компании ООО «Эй-Пи Трейд», основной дилер «Procter&Gamble», конкретного товара Pantene Pro-v «Слияние с природой»

**Анализ конкурентов**

Разработала студентка

группы 1533А

Черных Светлана Эдуардовна

1.**Анализ пяти сил по М.Портеру.**

1. Конкуренция между отраслевыми предприятиями.

Компания **Unilever** является конкурентом компании **«**[Procter & Gamble](http://ru.wikipedia.org/wiki/Procter_%26_Gamble)». Британо-нидерландская компания, один из мировых лидеров на рынке продуктов питания и товаров бытовой химии (в том числе парфюмерии). Основные бренды шампуней: **Dove, Timotei,** [**Sunsilk**](http://ru.wikipedia.org/wiki/Sunsilk)**.**

Компания **Schwarzkopf & Henkel**  является конкурентом компании **«**[Procter & Gamble](http://ru.wikipedia.org/wiki/Procter_%26_Gamble)». [Немецкая](http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B5%D1%80%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F) химическая компания, работающая в трёх направлениях: чистящие и моющие средства, косметика и средства личной гигиены, технология склеивания. Основные бренды шампуней: [**Schauma**](http://ru.wikipedia.org/wiki/Schauma)**, Gliss Kur.**

1. Конкуренция со стороны товаров заменителей.

На сегодняшний день существует только один товар-заменитель шампуня, это мыло. Туалетное мыло в зависимости от состава подразделяется на следующие марки:

* Нейтральное
* Экстра
* Детское
* Ординарное

1. Конкуренция со стороны организаций из других отраслей

В настоящее время сложилась тенденция, что многие женщины и в том случае мужчины приходят в **салон красоты** или **парикмахерскую** и моют голову. Почти в каждой парикмахерской есть такая услуга. Это очень удобный способ. Многие девушки, пришедшие в салон красоты, выходят красивыми леди. Так и происходит конкуренция со стороны организаций из других отраслей.

1. Конкурентная сила поставщиков.

На сегодняшний день силу поставщиков можно оценить как незначительную. Это связанно с тем, что спрос ниже предложения, и поставщики заинтересованы получать заказы о товарах (в моем случае о шампунях).

1. Конкурентная сила потребителей.

На данный момент сила покупателей шампуней высока. Это связанно, во-первых, с падением покупательского спроса, а во-вторых, со слабой приверженностью покупателей к какой-либо марке.

**2.Характеристики шампуней и построение карты стратегических групп.**

**Характеристика шампуней.**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Хар-ки** | **Шампуни** | | | | | | | | | | |
|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |  |
| **ср. сумма чека** | **135** | **150** | **70** | **110** | **160** | **73** | **140** | **165** | **155** | **70** |  |
| **уровень качества** | **в** | **ср** | **н** | **н** | **в** | **н** | **ср** | **в** | **в** | **ср** |  |

1. **Herbal Essences**
2. **Dove**
3. **Timotei**
4. [**Sunsilk**](http://ru.wikipedia.org/wiki/Sunsilk)
5. **Pantene Pro-v**
6. [**Schauma**](http://ru.wikipedia.org/wiki/Schauma)
7. **Gliss Kur**
8. **Head Shoulders**
9. **Syoss**
10. **Shamtu**

**Карта стратегических групп.**

цена

**Pantene**

**Syoss**

200

**dove**

**Head Shoulders**

**sunsilk**

**Herbal**

150

**schauma**

**Gliss Kur**

100

**shamtu**

**Timote**

50

0

качество

ср.

выс.

низ.

3.**Построение стратегических профилей конкурентов ( наиболее близкие конкуренты исходя из карты)**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Критерий качество** | **Идеальный шампунь** | **Pantene**  **Pro-v** | Syoss | Herbal | Head Shoulders |
| **Цена товара** | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| **Ассортимент коллекций** | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| **Дизайн упаковки** | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| **Качество** | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| **известность** | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |

* 1. **Цена товара:**

5 б. -(0-50)

4 б. -(51-135)

3 б. –(136-165)

2 б.- (167-200)

Цену товара мы заполняем так: чем дешевле цена, тем выше бал.

У всех трёх конкурентов (Syoss, Herbal, Head Shoulders) присутствует низкий бал,т.к. цена из-за качества повышенная.

2)**Ассортимент коллекций**

У всех четырех шампуней разнообразный ассортимент коллекций. Каждая из них уникальна по своему .Такие как: создающий объем, сохраняющий цвет окрашенных волос, для поврежденных и ломких волос и тд…Конкуренты (Herbal, Head Shoulders) занимаю высокие оценки.

3)**Дизайн упаковки**.

По результатам оценок, дизайн упаковки показан разнообразный.

Конкурентами лидерами становятся шампуни: Syoss, Herbal.

4)**Качество шампуня**.

На сегодняшний день качество играет особую роль. Большая часть населения, покупая шампунь, обращает внимание именно на качество товара. Главное не цена а качество. Конкурентами лидерами становятся шампуни: Syoss, Herbal, Head Shoulders.

5) **Известность.**

Про известность можно сказать следующее, что шампуни таких марок как Syoss, Herbal, Head Shoulders стоят на полках магазинов,рынков,супермаркетов уже несколько лет поряд и занимают лидирующие места. Реклама,телевизор,интеренет –это те источники откуда мы узнаем о том или ином шампуне.

4. **Оценка позиций конкурентов**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерий качество | Вес | **Pantene** | **Syoss** | **Herbal** | **Head Shoulders** |
| Цена товара | 0,3 | 0,9 | 0,9 | 0,9 | 0,9 |
| Качество | 0,2 | 1 | 1 | 0,8 | 0,8 |
| Ассортимент коллекций | 0,2 | 1 | 0,8 | 1 | 1 |
| Дизайн упаковки | 0,15 | 0,75 | 0,6 | 0,75 | 0,45 |
| Известность | 0,15 | 0,75 | 0,6 | 0,75 | 0,75 |
| Итого: | 1 | 4,4 | 3,9 | 4,2 | 3,9 |

**Итак**, на основе 2-ух таблиц можно сделать следующий вывод: лидером на сегодняшний день является такая марка шампуня как, **Pantene Pro-v.** Она пользуются большим спросом у людей, как это и видно в таблицах. Как уже было сказано, на сегодняшний день народ выбирает по-первых качество товара, а потом уже приглядывается к цене. Разнообразный ассортимент коллекций помогает женщине/мужчине подобрать шампунь под свой тип волос. Дизайн упаковки тоже важен для клиента в наше время, поэтому он должен быть экономичный и удобный.

Преследователем является такая марка шампуня,как **Herbal Essences.**Она тоже пользуется большим спросом у людей. В отличие от шампуня **Pantene Pro-v**,здесь идет упадок в качестве товара. Эти два шампуня **Pantene Pro-v** и **Herbal Essences** являются представителями компании «Procter&Gamble»,именно поэтому,люди которые занимаются изготовлением этих шампуней специально снизили качество у одной марки,чтобы повысить качество другой,но одной и той же компании.

Последователями являются такие марки шампуней как, **Syoss** и **Head Shoulders.** Они не так пользуются спросом у народа, как другие марки шампуней**.**Эти два шампуня со слабой конкурентной позицией.Они,не учавствуют в непосредственной конкурентной борьбе с лидерами или преследователями.