**Маркетинговая среда**

**Внутренняя среда**

Факторы:

1. кадры

Для нас важен подбор высококвалифицированных кадров как на производство, непосредственно на завод для работы с нашим оборудованием и продукцией, так и в места продаж (магазины, киоски и ларьки), где большую роль играет процесс обслуживания покупателя.

1. имидж

Чем лучше мы продумаем имидж нашей компании, тем больше внимания люди будут обращать на нашу продукцию, запоминать и чаще покупать.

1. используемые технологии

Мы используем самые новейшие технологии, т.к. они позволяют при минимальных затратах на производство выпускать качественную и разнообразную продукцию.

1. опыт работы на рынке

Пока что мы новая копания на этом рынке и не имеем большого опыта, но перенимаем его у более опытных фирм, стараясь учесть их ошибки и не допускать своих.

**Внешняя среда**

Факторы микросреды:

1. потребители

Наша продукция рассчитана на все слои населения с любыми доходами, т.к. наш ассортимент очень разнообразен (от совсем дешевых «Льдинок» до средне- и высоко дорогих рожков и тортов - мороженых).

1. посредники

Мы стараемся выбирать наиболее выгодных и надежных посредников для реализации нашей продукции. Чаще всего это различные сети магазинов и супермаркеты, а также ларьки и киоски.

1. конкуренты

Наши конкуренты хорошо известны на этом рынке, они разрекламированы и пользуются большим спросом у потребителей. Конкурировать с ними будет довольно сложно, но нет ничего невозможного.

1. поставщики

С нашими поставщиками мы поддерживаем хорошие взаимоотношения, т.к. они вовремя поставляют нам качественную продукцию по выгодным нам ценам.

Факторы макросреды:

1. демографический (изменение структуры общества по возрасту)
2. экономический (доходы населения, цены на продукты и услуги, инфляция)
3. природно-климатический (глобальное потепление, рост загрязнений)
4. технологический (рост финансирования на новые разработки).

**SWOT-анализ**

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны** | **Возможности** |
| 1. большой ассортимент
2. качественная продукция
3. современное оборудование
4. низкие цены
5. высококвалифицированный персонал на производстве
6. вежливые и внимательные продавцы
 | 1. расширить ассортимент
2. организация различных конкурсов, акций и скидок
3. увеличение распространения нашей продукции по стране и вывоз за рубеж
4. постепенное повышение цены
 |
| **Слабые стороны** | **Угрозы** |
| 1. новички на рынке и пока не вошли в доверие покупателей
2. небольшое распространение нашей продукции по России и пока что нет экспорта за рубеж
3. на данный момент слабая конкурентоспособность
 | 1. банкротство из-за сильной конкуренции
2. ухудшение качества товара из-за низкой цены
3. экономический кризис в стране
4. глобальное похолодание
 |