



## **SKIVRE Обучителен модул 2: Маркетингови стратегии**

Автор/и:

**Волфганг Айзенрейх**

**Анжела Иванова**

**Волфганг Книйски**

Институции:

**WIN -**

**Wissenschaftsinitiative  
Niederösterreich,  
Austria**

**ИНИ-Новация**

**България**



Съфинансиран от програма  
„Еразъм+“  
на Европейския съюз

Подкрепата на Европейската комисия за изготвянето на тази публикация не представлява одобрение на нейното съдържание, което отразява единствено възгледите на авторите. Комисията не носи отговорност за каквото и да било използване на информацията, която се съдържа в настоящата публикация. Проект № 2018-1-DE02-KA202-005023





Декларация за авторското право:



Тази разработка се разпространява под лиценз *Криейтив Комънс Признание - Некомерсиално - Споделяне на споделеното 4.0. Международен лиценз*

Можете свободно:

- да споделяте — да копирате и разпространявате материала на произволен носител и в произволен формат
- да адаптирате (да създавате производни материали) — да редактирате, видоизменяте и да създавате нов материал, опирайки се на настоящия

при следните условия:

- Признание — вие трябва дадете съответните указания, свързани с авторството, да дадете линк към лиценза и да посочите всички направени промени, ако има такива. Можете да направите това както сметнете за целесъобразно, но не и по начин, който би означавал, че лицензодателят одобрява вас или вашия начин на използване на произведението.
- Некомерсиално — вие нямате право да използвате този материал за търговски цели.
- Споделяне на споделеното (при същите условия) — ако редактирате, видоизменяте и да създавате нов материал, опирайки се на стария, вие сте длъжни да разпространявате преправените от вас части при условията на лиценза, под който се разпространява оригинала.



# Проверете знанията си

Упражнения

---



## Упражнение 2.1. – Започнете с вашия SWOT

### Попълнете кутийките

Започнете със SWOT анализ. Можете да го направите за определен продукт на вашия манастир или за целия манастирския магазин (но не и за двата случая заедно!).

A. Изберете един от продаваните продукти и създайте SWOT анализ за него:

<b>Силни Страни (S)</b>	<b>Слаби Страни (W)</b>
<b>Възможности (O)</b>	<b>Заплахи (T)</b>

Можете да повторите този анализ за всеки един продукт, които произвеждате.

Това упражнение е добра основа за разбиране на качествата на вашите продукти по отделно, за възможностите им за развитие и по-високи продажби.

B. Сега, моля повторете упражнението и направете SWOT анализ за манастирския магазин:

<b>Силни Страни (S)</b>	<b>Слаби Страни (W)</b>
<b>Възможности (O)</b>	<b>Заплахи (T)</b>

SWOT анализът на манастирския магазин ви дава информация за нивото на обслужване, възможности да подобрите предлагания асортимент, като включите и продукти от други манастири например и т.н.

Това упражнение ще ви даде база за добро разбиране и на другите модули и всички други упражнения.



## Упражнение 2.2. – Направете малко проучване на купувачите

Направете малко проучване и установете кои са вашите клиенти (повече млади хора или повече възрастни хора, или семействата са най-честите посетители и т.н.).

За това проучване ще бъдат полезни вашите продавачи в манастирския магазин. **Те могат да създадат малък въпросник** (не повече от 5 въпроса) за посетителите на магазина:

- Какво най-обичат да купуват от магазина?
- Какво може да се подобри в магазина? – повече продукти, друго работно време на манастирския магазин и т.н.
- От къде идвате? – местен човек, от друг регион (кой), от друга държава (коя), и.н.
- Опитайте се да идентифицирате, кой идва в манастирския магазин – главно местни хора, религиозни поклоници или туристи;
- Колко често идвате? – за първи път, няколко пъти годишно, всяка седмица, и т.н.
- Какво ви харесва в нашите продукти? Какво не ви харесва? – нека отговорят свободно;
- Допада ли ви обслужването в магазина ни? Има ли нещо, което може да подобрим?
- Други въпроси, които ще ви предоставят важна информация за продуктите и манастирския магазин.

В края ще имате картина на вашите клиенти, нивото на тяхното удовлетворение и техните нужди. Тази картина ще бъде много полезна за вашето решение относно какво още можете да продавате, как да подобрите обслужването в магазина и кои са любимите продукти на вашите клиенти.

**Можете да използвате това малко проучване и за дефинирането и на вашият бранд** (Модул 8 „Създаване на силен бранд“).

Ако желаете, външен маркетинг може да ви помогне в изготвяне на въпросника или провеждане на проучването.

### Упражнение 2.3. – Канали за популяризиране и комуникация

Определете каналите за маркетингова комуникация, които са най-подходящи за вашия манастир. Ползвайте информацията събрана от купувачите относно това от къде се информират, туристи ли са или местни и т.н. Свържете се с местните журналисти.

Ако желаете можете да ползвате услугите на професионалист в тази област.

---