Практичне заняття 10

**Тема: Планування нового продукту**

***Питання для обговорення:***

1. Визначте основні завдання планування продукту.

2. Які головні критерії визначення нового товару?

3. Назвіть етапи розробки та виведення нового товару на ринок.

4. Як проводиться генерація ідеї нової продукції?

**З**авдання 1.

Розкрийте зміст понять – товар за задумом, товар у реальному виконанні, товар із підкріпленням на прикладі:  
1) найбільш популярного, на ваш погляд, прохолодного напою;  
2) телевізора кольорового зображення;  
3) роликових ковзанів;  
4) диванів;  
5) двокамерного побутового холодильника;  
6) зубної пасти;  
7) рідкого мила.

Завдання 2.

*Ситуаційна задача*

Розроблення маркетингової концепції на німецькому ринку садівничих систем. Німецький виробник садівничих систем постав перед проблемою стагнації ринку посівного матеріалу та добрив. Половина домашніх господарств у Німеччині має сади (всього 10 млн садів площею приблизно 230 м2 кожен в середньому). Проте щороку додається тільки близько 2,3 % загальної площі газонів. Близько 30 % власників газонів мають з ними проблеми. Одна з причин – низькоякісний посівний матеріал, що не відповідає прийнятим темпам зростання влітку та з низькою стійкістю до хвороб. Крім того, він погано переносить часте скошування та через кілька років швидко дегенерує. Добрива та поливання проти бур'янів мають тільки поверхневий ефект, оскільки якість основної порослі залежить від посівного матеріалу, у зв'язку з чим відновлення газону має бути капітальним.

Більше того, змінюються вимоги власників газону до його особливостей. Замість репрезентативності та декоративності перевага віддається сильному та міцному газону, який здатний витримати навантаження, тобто спорт, ігри тощо.

Однак гарний і якісний газон можна отримати тільки шляхом повного пересіву раніше засіяної території високоякісним посівним матеріалом. Проте газоном не можна користуватися протягом трьох місяців, він досить дорогий.

Дослідження, які виробник проводить в цій області, показують, що засівання високоякісного посівного матеріалу на місці вже існуючого дегенерованого газону дає тільки оптичний ефект. Для того щоб отримати дійсно якісний газон, необхідна спеціальна обробка ґрунту, насамперед зі застосуванням відповідних добрив.

Система відновлення газону, яку пропонує виробник, полягає у використанні таких продуктів: посівний матеріал, добрива для коренів розсади, спеціальні добрива для трави та необхідне садівниче обладнання для повсякденної діяльності (косовиці, внесення добрив, поливання, прибирання і т.д.). Ця система є результатом досліджень і розвитку нових технологій з боку виробника.

Вигода споживача полягає в тому, що старий, дегенерований газон повністю оновлюється протягом короткого часу (близько шести тижнів), а ціна становить 1/7 ціни нового газону. Удавана складність системи й аналіз збуту показали, що класичним збутовим шляхом ця система на ринку зміцнитися не змогла*.*

*Питання для обговорення:*

Генерація ідеї:

1. Які можливі ідеї щодо розвитку садівничих систем можна винести на розгляд?
2. Як можна використати існуючі технології та дослідження для створення нового продукту?

Перевірка ідеї:

1. Які методи можна використати для перевірки потенціалу ідеї на німецькому ринку садівничих систем?
2. Чи існують аналогічні продукти чи концепції на ринку, які можуть служити зразком для порівняння?

Розробка концепції та тестування:

1. Які основні характеристики продукту повинні бути враховані в концепції?
2. Які методи тестування можна використати для перевірки прийнятності концепції серед цільової аудиторії?

Ринкова стратегія / бізнес-аналіз:

1. Яка буде цільова аудиторія для нового продукту і які їх потреби потрібно задовольнити?
2. Який прогноз продажів можна зробити на основі аналізу ринку та конкурентного середовища?

Розробка продукту:

1. Які компоненти продукту потрібно розробити або покращити з урахуванням потреб цільової аудиторії та конкурентного середовища?

Тестування:

1. Які методи тестування можуть допомогти в перевірці функціональності та ефективності нового продукту?
2. Як можна забезпечити збирання фідбеку від потенційних клієнтів та внесення необхідних змін до продукту?

Вихід на ринок / комерціалізація:

1. Які канали розповсюдження можна використати для просування продукту на німецькому ринку?
2. Які стратегії ціноутворення та просування можуть бути ефективними для залучення цільової аудиторії та забезпечення конкурентоспроможності на ринку?

Завдання 3.

Запропонуйте ідею нового товару чи послуги та розробіть заходи щодо виходу з ними на ринок на основі процедури планування та створення нового продукту. У роботі доцільно подати опис ідеї товару з його малюнком і/чи макетом. Опис та зразок упаковки. Опис ринкового сегменту, для якого цей товар розробляється. Комплекс заходів щодо впровадження товару на ринок.