

PIŁKARSKA GORĄCZKA ETAP III

1.Wstęp

Celem działalności jest popularyzacja piłki nożnej oraz osiągnięcie zysku ze sprzedaży produktów.

2.Sytuacja rynkowa

Sprzedawane produkty:

- **Słuchawki piłkarskie**

Słuchawki podłącza się do urządzeń za pomocą bluetooth lub specjalnego kabla USB. Po bokach przyłączone są piłeczki, które dodają słuchawkom piłkarskiego nastroju.

Na jednej piłeczce zamontowane są przyciski do sterowania głośnością

Słuchawki będzie można zakupić w każdej galerii handlowej w dużym mieście. Będą sprzedawane w sklepach AGD lub sklepach z akcesoriami komputerowymi. Tam będą przygotowane specjalne stanowiska gdzie będą leżały słuchawki.

- **Piłkarski pendrive**

Pendrive ma pojemność 16 GB. Na końcu pendrive ma przymocowaną gumową, małą piłeczkę.

Pendrive będzie sprzedawany w sklepach: MediaMarkt i MediaExpert.

- **Piłkarski plecak**

Plecaczek jest wykonany z miękkiego materiału. Jest w kształcie piłki nożnej. Ma dwie duże kieszenie na książki i rzeczy potrzebne do szkoły i dwie małe kieszonki na inne potrzebne akcesoria. Dodatkowo, jeżeli ktoś chce na plecaku może być wyszyte imię lub godło Polski.

Plecak będzie sprzedawany w: supermarketach, hipermarketach, sklepach z zabawkami.

3. Analiza SWOT

Silne strony: kreatywne i różnorodne produkty.

Słabe strony: ograniczony budżet.

Szanse: popularność produktów, dobra sprzedaż, okoliczności sprzyjające sprzedaży produktów piłkarskich (Euro 2016).

Zagrożenia: wejście na rynek konkurentów, zmniejszenie zainteresowania piłką nożną.

4. Strategia marketingowa

Mamy zamiar docierać do klientów przez reklamy: umieszczane w internecie, w prasie i w telewizji. Klientom chcemy przekazywać informacje dotyczące produktów oraz miejsc, które będą sprzedawać nasze produkty.

5. Budżet

Lp	Rodzaj kosztów	Liczba jednostek	Cena	Koszt
1	Reklama w prasie (ogłoszenia)	14	100	1 400
2	Reklama w telewizji	5	10 000	50 000
3	Reklama w internecie (strony internetowe)	100	50	5 000
4	Plakaty rozklejane w mieście	100	50	5 000
	Razem			61 400