

ТИПОВОЕ КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ

**ДЛЯ КОРПОРАТИВНОГО
ЧЕМПИОНАТА**

ЧЕМПИОНАТНОГО ЦИКЛА 2022 Г.

**КОМПЕТЕНЦИИ
«МАРКЕТИНГ ТЕХНИЧЕСКИ
СЛОЖНЫХ ПРОДУКТОВ»**

**ДЛЯ ОСНОВНОЙ ВОЗРАСТНОЙ
КАТЕГОРИИ
16-49 ЛЕТ**



Конкурсное задание включает в себя следующие разделы:

1.	Форма участия в конкурсе:	3
2.	Общее время на выполнение задания:	3
3.	Задание для конкурса	3
4.	Модули задания и необходимое время	3
5.	Критерии оценки.	6

1. **ФОРМА УЧАСТИЯ В КОНКУРСЕ:** Индивидуальный конкурс.
2. **ОБЩЕЕ ВРЕМЯ НА ВЫПОЛНЕНИЕ ЗАДАНИЯ:** 21 ч.
3. **ЗАДАНИЕ ДЛЯ КОНКУРСА**

Конкурсное задание направлено на проверку навыков маркетолога по 3 ключевым направлениям: стратегическому, продуктовому и тактическому маркетингу. В рамках каждого направления сначала выполняется практическая работа, после чего производится защита.

Конкурс организован по модульному принципу. Для выполнения каждого модуля предлагаются четкие временные рамки, они устанавливаются таким образом, чтобы задачи были выполнены очень быстро при полной концентрации внимания.

Конкурсное задание состоит из 6 модулей и должно выполняться помодульно. Оценка также происходит от модуля к модулю.

Вся необходимая для выполнения заданий модулей документация предоставляется конкурсантам непосредственно перед началом выполнения работ по модулям.

Если участник конкурса не выполняет требования техники безопасности, подвергает опасности себя или других конкурсантов, он может быть отстранен от конкурса.

4. МОДУЛИ ЗАДАНИЯ И НЕОБХОДИМОЕ ВРЕМЯ

Наименование модуля		Соревновательный день (C1, C2, C3)	Время на задание
A	Стратегический маркетинг	C1	5,5 часов
B	Защита 1	C1	1,5 часа
C	Продуктовый маркетинг	C2	5,5 часов
D	Защита 2	C2	1,5 часа
E	Тактический маркетинг	C3	5,5 часов
F	Защита 3	C3	1,5 часа

Модуль A: Стратегический маркетинг.

Задание:

- а. Выбрать целевой сегмент рынка и обосновать выбор.
- б. Исследовать потенциал выбранного сегмента рынка, на который предлагается выходить компании.

в. Определить и обосновать перспективный продукт (далее под продуктом понимается – коммерческий продукт/ услуга или иная форма предложения, закрывающая потребность клиента) в выбранном сегменте, определить потенциальных потребителей, определить ценовой коридор продукта.

г. Оценить возможности занятия доли рынка в указанном сегменте с выбранным продуктом с учетом действующих игроков и составить план продаж к 2030г.

д. Оценить инвестиции в разработку и вывод на рынок выбранного продукта.

По итогам выполнения задания необходимо предоставить заполненные документы:

- Обоснование по выбору сегмента рынка
- Анализ выбранного сегмента рынка
- Обоснование по выбору перспективного продукта и потенциальных потребителей
- Шаблон плана продаж.

Модуль В: Защита 1.

Задание:

Провести презентацию работы по итогам Модуля А и ответить на вопросы экспертов.

Суммарная длительность работы по модулю на всех конкурсантов 1,5 часа

Модуль С: Продуктовый маркетинг.

Задание:

- а. Уточнить облик клиента и сформировать гипотезу о проблеме целевой аудитории из выбранного сегмента рынка;
- б. Составить план и провести проблемные интервью с целевой аудиторией.
- в. Провести анализ конкурентов, сформировать стратегические профили участников выбранного сегмента рынка;
- г. Сформировать стратегический профиль нового продукта, который будет запущен компанией;

д. Продумать бизнес-модель работы на рынке и модель дистрибуции (55 шаблонов бизнес-моделей, Lean canvas)

е. Подготовить презентацию будущего продукта по итогам выполнения модуля В.

По итогам выполнения задания необходимо предоставить заполненные:

- Список вопросов проблемного интервью
- Ответы респондентов
- Заполненный шаблон «Lean canvas»
- Заполненный шаблон стратегического профиля продукта

Модуль D: Защита 2.

Задание:

Провести презентацию работы по итогам Модуля В и ответить на вопросы экспертов.

Суммарная длительность работы по модулю на всех конкурсантов 1,5 часа

Модуль Е: Тактический маркетинг

Задание:

а. Сформировать маркетинговый микс (7Р, 4С).
б. Перечислить каналы продаж и продвижения продукта
в. Подготовить маркетинговый план запуска и продвижения для 2х основных каналов продаж/продвижения.

г. Подготовить маркетинговые и обучающие материалы для соответствующих каналов продаж и продвижения продукта

д. Предложить систему оценки эффективности каналов продаж и продвижения

е. Расписать функции и основные ключевые показатели эффективности (КПЭ) подразделений: логистики, продаж, клиентской поддержки, технического обслуживания, обучения и дополнительных сервисов, действующих в интересах успешного продвижения, продаж и долгосрочной лояльности клиентов.

ж. Описать систему получения и консолидации обратной связи от клиентов

3. Описать систему модернизации/доработки продукта или связанных процессов (логистика/тех. поддержки и т.д)

и. Подготовить презентацию по материалам модуля С

По итогам выполнения задания необходимо предоставить заполненные:

- Маркетинговый Микс продукта/услуги/сервиса
- Заполненный шаблон маркетингового плана с описанием мероприятий
- Маркетинговые/обучающие материалы для выбранных каналов продвижения/продаж

- Ключевые Показатели Эффективности (КПЭ) подразделений логистики,

продаж, сервисной поддержки, обучения и дополнительных сервисов

Модуль F: Защита 3.

Задание:

Провести презентацию работы по итогам Модуля С и ответить на вопросы экспертов.

Суммарная длительность работы по модулю на всех конкурсантов 1,5 часа

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ.

Таблице в процессе проработки.

Критерий		Баллы		
		Судейские аспекты	Объективные аспекты	Общая оценка
A	Стратегический маркетинг			
B	Защита 1			
C	Продуктовый маркетинг			
D	Защита 2			
E	Тактический маркетинг			
F	Защита 3			
Итого				100