

Детское такси – новое направление бизнеса. Часть вторая

Если взять статистику инновационных проектов европы, то восемьдесят процентов начинающих проектов на стадии развития воплощаются в жизни. У нас же на практике происходит наоборот.

В течение трех лет, располагая финансовыми средствами, получая хорошие зарплаты от государства, кстати, деньги тоже государственные, так за три года было профинансированно всего два инновационных проекта – это производство презервативов и чипсов. Да не будем о грустном, а то здесь можно еще и о нанотехнологиях заговорить.

Возвращаемся к нашему детскому такси обратно. Почему детское такси можно назвать инновационным бизнесом? Да потому что все новое и есть инновации.

Если еще проще, то можно взять любую западную технологию семидесятых годов, и все, теперь – это у нас новая инновационная технология. Маркетинговый анализ рынка детского такси позволил нам сегментировать рынок, выделить свободные ниши.

Эти свободные ниши и будут теми дверьми для входа в новый бизнес. Это позволяет, не отвлекаясь на незначительные вещи работать именно в нужном направлении. А что еще нужно для организации.

Правильно, выбрать средства позиционирования товара, затем выбрать ценовую политику организации, а затем начинается уже работа оперативного маркетинга. Для детского такси продвижение происходит в виде пиар компании.

Потребитель товара или услуги детского такси – это успешные и деловые люди, имеющие стабильный, постоянный и высокий доход. Именно на этот сегмент потребителей и была направлена маркетинговая компания детского такси.

Чтобы войти в этот сегмент рынка, компания должна позиционировать себя соответствующим образом, она должна быть надежной, ей должны доверять. Еще лучше, если ее кто-нибудь порекомендует. Да рекомендации в этом разделе бизнеса работают успешно.

По нашему мнению, компания, которая заказала у нас данное маркетинговое исследование, должна почувствовать себя уверенно на рынке детского такси уже через два года. Период окупаемости детского такси и дисконтированный период окупаемости составил по нашим расчетам двадцать четыре месяца.

Вполне не плохой период, хотя может быть, у кого возникнут сомнения, то можно будет ознакомиться с самим бизнес планом компании, он в течение года будет выложен в открытом доступе на сайте компании, и любой желающий сможет ознакомиться с нашей работой и сравнить продвижение компании в реале и по бизнес плану. Так что оставайтесь с нами, далее мы будем делиться конфиденциальной информацией, где и за какие деньги можно достать достоверную маркетинговую информацию для вашего бизнеса? Реклама - двигатель торговли, а маркетинг – двигатель рекламы.