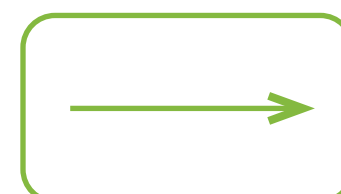




پروژه توسعه بازار مکمل‌های گیاهی مهرگیاه

طرحی که با تحلیل دقیق بازار، مسیر رشد را پیش از اجرا شفاف کرد.



معرفی پروژه

- مهرگیاه یکی از شرکت‌های شناخته‌شده در زمینه تولید دمنوش در ایران است.

- این مجموعه با سابقه‌ای فعال در حوزه صادرات، قصد داشت به بازار مکمل‌های گیاهی ورود کند.

- این امر نه صرفاً بر اساس پیش‌فرضیات ذهنی، بلکه با تکیه بر اطلاعات واقعی بازار ممکن بود.



چالش‌های مهرگیاه برای ورود به بازار

۱

نبود آمار رسمی و شفاف از حجم بازار:

میزان مصرف، روند تقاضا و ارزش بازار مکمل‌های گیاهی در ایران به‌درستی مستندسازی نشده است.

۲

شناخت ناکافی از رفتار مصرف‌کننده:

الگوی مصرف، ترجیحات برند، و حساسیت‌های قیمتی در این حوزه پیچیده و متنوع است.

۳

کانال‌های توزیع پراکنده و بدون ساختار یکپارچه:

فروش مکمل‌های گیاهی از داروخانه‌ها، فروشگاه‌های زنجیره‌ای، عطاری‌ها و پلتفرم‌های آنلاین انجام می‌شود، بدون داده دقیق از سهم هر کانال.

۴

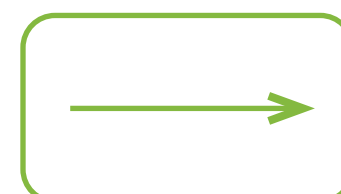
ابهام در جایگاه‌یابی محصول جدید:

تشخیص و تحلیل دقیق اینکه محصول در چه بخشی از بازار بهتر دیده می‌شود (درمان‌محور، پیشگیری، سبک زندگی سالم).



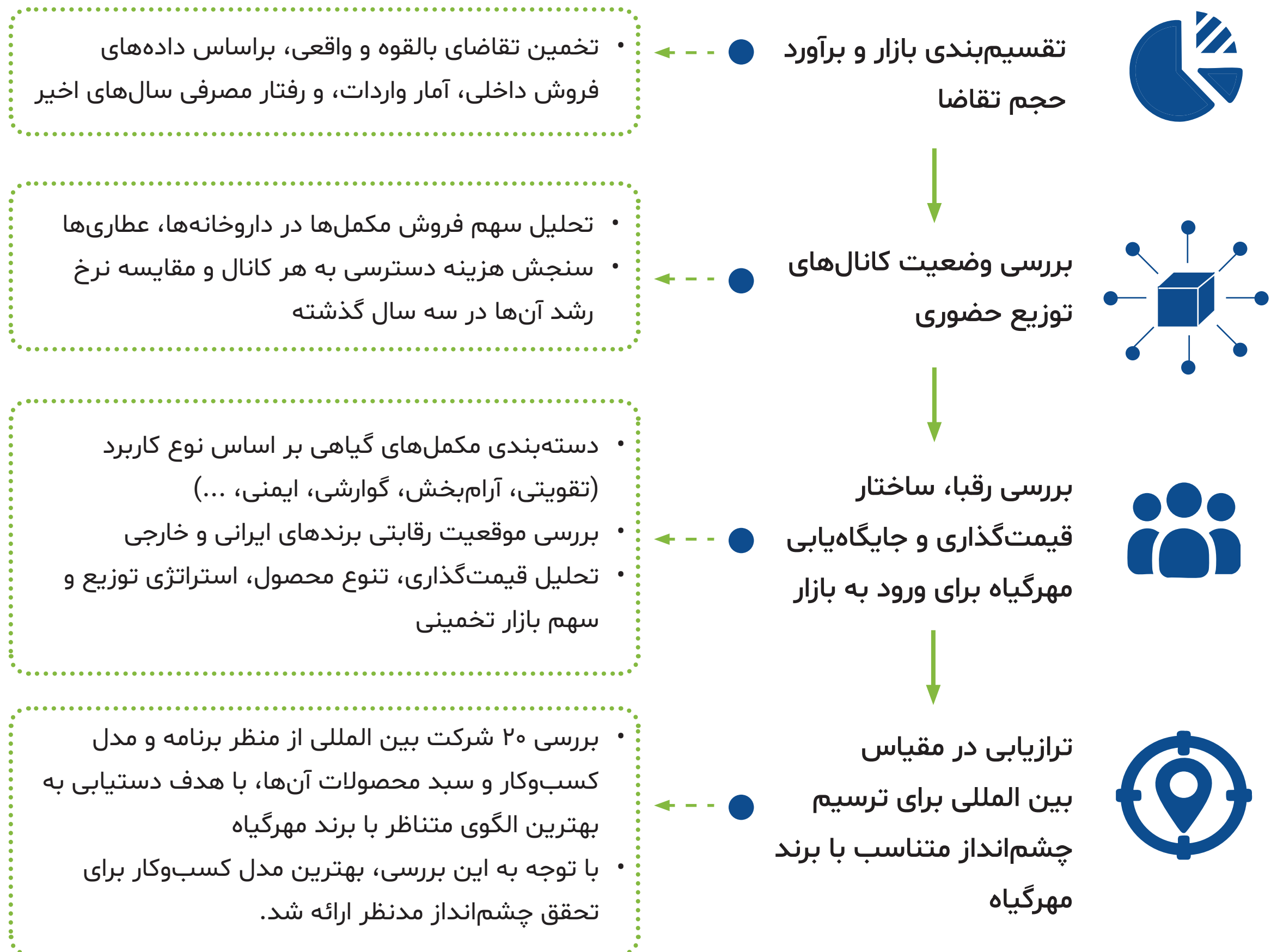
خدمات گروه مشاوره مانا در پاسخ به چالش‌ها

در پاسخ به این نیاز، گروه مشاوره مانا اقدام به تحلیل دقیق بازار مکمل‌های گیاهی نمود. ساختار تحلیل شامل:



منطق و روش‌های تحلیل بازار در پروژه

تحلیل بازار ما در این پروژه، بر پایه‌ی داده‌های واقعی، تفکیک‌شده و تصمیم‌ساز شکل گرفت:



نتایج کاربردی برای تصمیم‌گیری

انتخاب دقیق‌تر زیرشاخه‌های مکمل‌های گیاهی برای ورود به بازار

ترسیم چشم‌انداز شرکت با بهره‌گیری از الگوهای بین‌المللی

مشخص شدن اولویت‌های توزیع برای شروع و توسعه

امکان‌سنجی کلان برای سرمایه‌گذاری و بازاریابی

توسعه بازار، نیازمند شناخت واقع‌بینانه از ساختار بازار، رقابت و مصرف‌کننده است. اگر قصد ورود به بازار جدید را دارید، با ما در ارتباط باشید.



Mana Group



[/https://manadvisory.com](https://manadvisory.com)



(+۹۸) ۲۱ ۲۶۳۷۴۵۶۵



info@manadvisory.com