

Разработка проекта по выводу на рынок и продвижению новой услуги на примере ООО «Сервисный центр КВТ»

Выполнил: Распопина А.А
Научный руководитель: Кузина М.В.

г.Калуга, 2022 год



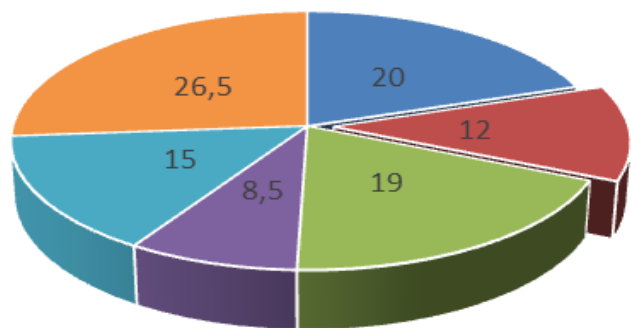


АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ

- УНИКАЛЬНОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
- ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
- ТЕНДЕНЦИИ
- ЗАМЕЩЕНИЕ ИМПОРТА
- ЭКОЛОГИЧНОСТЬ
- РОСТ ПРОДАЖ

Обзор рынка

Объем по отраслям



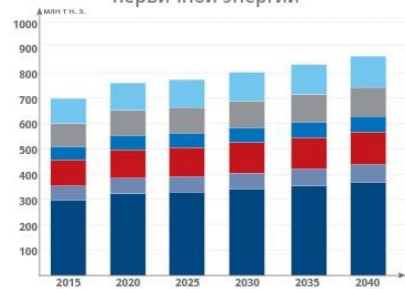
- топливно-энергетический комплекс
- оборонная промышленность
- агропромышленный комплекс
- транспортный комплекс
- коммунальное хозяйство
- прочие отрасли

Прогноз

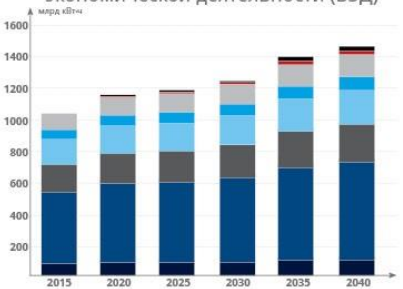
ПРОГНОЗ ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ В РОССИИ ДО 2040 ГОДА. БАЗОВЫЙ СЦЕНАРИЙ

Потребность страны в первичных энергоресурсах увеличится с 2015 по 2040 год на 22–28%, то есть замедлится (но не остановится) рост внутреннего спроса на энергию

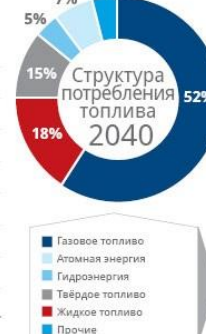
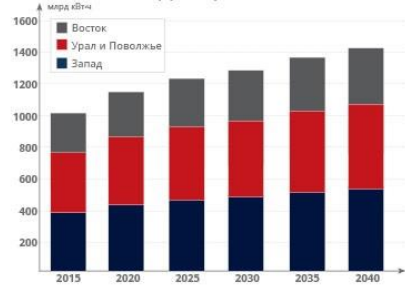
Направления использования первичной энергии



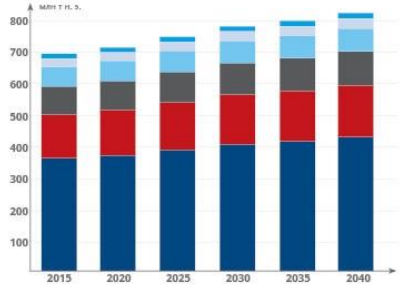
Потребление электроэнергии по видам экономической деятельности (ВЭД)



Потребление электроэнергии по территориям России



Потребление электроэнергии по видам экономической деятельности



О нас



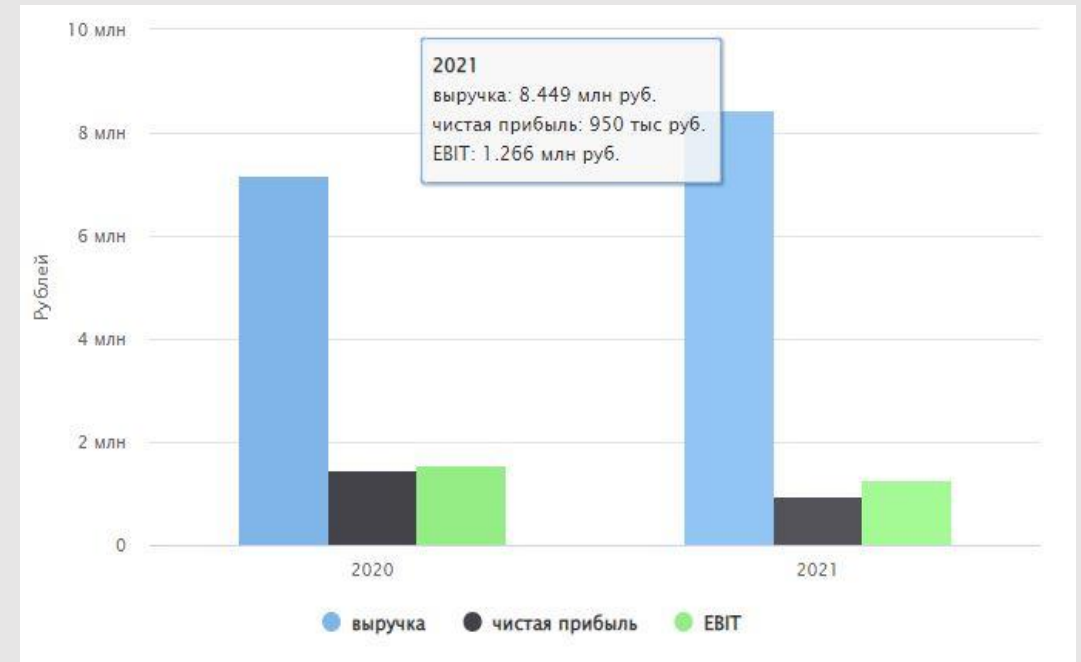
- ООО « Сервисный центр КВТ» был создан в 15 апреля 2016 г на базе действующего предприятия ООО« Завод КЭЗ КВТ» , который является ключевым «игроком» на российском рынке по производству электрооборудования .
- В связи с расширением рынков сбыта и увеличением линейки продукции, руководством предприятия было принято решение о создании предприятия, которое сможет обеспечивать гарантийный и сервисный ремонт, выпускаемого электрооборудования, таким образом 6 лет назад была создана соответствующая служба, которая и носит название «ООО Сервисный центр КВТ».
- Сервисный центр предоставляет гарантийное и сервисное обслуживание всего инструмента торговой марки «КВТ» (Россия) .
- <https://kvt-service.tools/>

ДИНАМИКА КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Ключевые показатели

	Клиенты	Заказы	Выручка, млн . руб	Чистая прибыль, тыс.руб
2018	976	1371	3,809	303
2019	983	2480	5,826	677
2020	1105	3568	7,172	1464
2021	1083	4405	8,449	950

Выручка компании



СООТНОШЕНИЕ ОБЪЕМОВ ВЫРУЧКИ ПО ВИДАМ УСЛУГ



ГАРАНТИЙНЫЙ
РЕМОНТ

16,7%



СЕРВИСНЫЙ
РЕМОНТ

33 %



ПРОДАЖА
ЗАПЧАСТЕЙ

50,3 %

ПРОБЛЕМА ГИПОТЕЗА ЦЕЛЬ

ПРОБЛЕМА

Неопределенность того, будет ли новая услуга, не имеющая аналогов на российском рынке электротехнического оборудования достаточно востребованной у потенциальных потребителей

ГИПОТЕЗА

Существует достаточный спрос на выбранном рынке для того, чтобы компания, используя тренды текущего рынка, внедрила новую услугу и повысила объем продаж нового инструмента, показала конкурентное преимущество.

ЦЕЛЬ

Подтверждение выдвинутой гипотезы и разработка тактики вывода новой услуги на рынок.



МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

№	Вопросы исследования	Методы исследования и концептуальные модели	Ожидаемый измеримый результат
1	Какие существуют виды и перспективы развития рынка сервисных услуг	Анализ открытых источников; PEST-анализ	Факторы, влияющие на рынок сервисных услуг и развитие компании на нем ; Перспективы развития рынка доп.услуг в сфере обслуживания инструмента
2	Какие конкурентные силы могут оказать наибольшее влияние на вывод новой услуги	Анализ информации из открытых источников; Модель 5 факторов конкуренции Портера; Многоугольник конкурентности	Определение конкурентных сил в отрасли; Количественная и качественная оценка влияния 5 факторов конкуренции на рынке
3	Ключевые факторы принятия решения о использовании услуги ? Какая цена будет привлекательной для потребителя?	Экспертная оценка; Анализ открытых источников; Метод Кано	Выявить критерии влияющие на принятия решения о покупке услуги. Обоснованная с точки зрения потребительских и экономических выгод стоимость услуги.
4	Какие программы продвижения необходимо реализовать для привлечения максимального количества потенциальных покупателей?	Модель маркетинга-микса 7P	Рекомендации по продвижению услуги
5	Какова экономическая и инвестиционная привлекательность предлагаемой услуги?	Расчетные данные на основании результатов предыдущих исследований	Внутренние нормы доходности , срок окупаемости . Анализ безубыточности

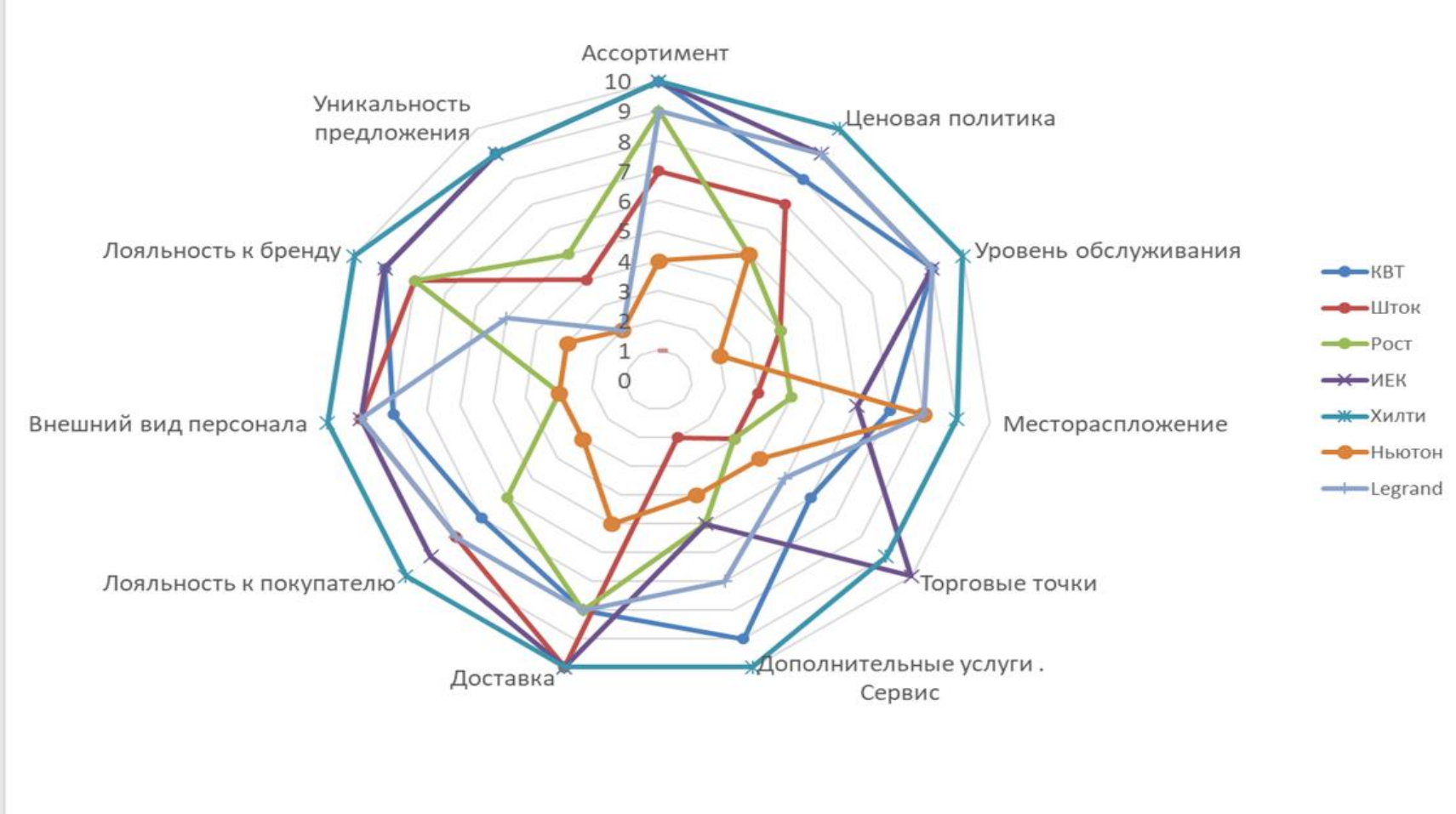
PEST-анализ

Политические факторы	Экономические факторы	СОЦИАЛЬНО - КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ	ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ
			
<p>Количественные и качественные ограничения на импорт, торговая политика</p>	<p>Уровень располагаемых доходов населения</p>	<p>Требования к качеству продукции и уровню сервиса</p>	<p>Расходы на исследования и разработки</p>

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ СИЛ. ПЯТЬ СИЛ ПОРТЕРА

Параметр	Значение	Описание	Направления работ
Угроза со стороны товаров-заменителей	2	Пока игроки рынка не смогут повысить качество продукции и дифференцировать свой товар от товаров-заменителей – в отрасли будет иметь место невысокая прибыль и ограниченный рост рынка.	Совершенствовать качество предлагаемого продукта , усилить осведомленность о новой услуге
Угрозы внутриотраслевой конкуренции	9	Интенсивная конкуренция приводит к ценовой конкуренции, увеличению затрат на продвижение товара, иногда к повышению качества продукции, увеличению инвестиций в новые разработки. Все это снижает прибыльность отрасли.	Мониторинг конкурентов , развитие уникальности товара , повышение осведомленности .
Угроза со стороны новых игроков	18	Обычно новые игроки привносят на рынок новые производственные мощности, новые технологии, новые ресурсы, что может являться потрясением для отрасли, изменять поведения потребителей, задавать новые стандарты работы для существующих игроков. Новые компании появляются постоянно из-за низких барьеров входа и низкого уровня первоначальных инвестиций.	Проводить регулярный мониторинг конкурентов и новых игроков . Проводить мероприятия, направленные на длительность контакта потребителя с компанией. Повышать уровень знания о товаре.
Угроза потери текущих клиентов	7	Портфель клиентов обладает достаточными рисками (при уходе ключевых клиентов - значимое падение продаж). Существование менее качественных, но экономичных предложений. Потребители могут ужесточать конкуренцию за счет предъявления более высоких требований к качеству товара, к уровню сервиса, оказывать давление на уровень цен.	Повышать качество товара по отстающим параметрам , программы скидок
Угроза нестабильности поставщиков	6	Поставщики могут оказывать достаточное влияние на конкурентоспособность товара компании на рынке, так как являются владельцами ресурсов. Рост цен на поставки и заключение сделок на невыгодных для компании условиях приводит к росту себестоимости продукции, росту издержек. В случае невозможности повышения розничных цен на товары на сопоставимом с ростом закупок уровне — в отрасли снижается прибыльность от реализации товаров или услуг.	Поиск новых поставщиков , регулирование по цене , поиск аналогов-заменителей

Многоугольник конкурентоспособности



МНОГОУГОЛЬНИК КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ СЕГМЕНТА

Анализ. Метод Кано



Привлекательность.
Метод 1000X1000

B2C
970/480

Лучшая цена

-26 %

SWOT

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ		СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	
Рейтинг	Параметр	Рейтинг	Параметр
1	Уровень сервиса и пост продажного обслуживания	1	Эстетичность упаковки
2	Широта выбора товаров в линейке	2	Уровень знания о компании на рынке
3	Частота покупки	3	Скорость выпуска новых товаров
4	Эффективное ценообразование	4	Рост себестоимости продукта
5	Отсутствие проблем с остатками товара (дефициты или профициты)	5	Качество R&D
6	Технологический уровень компании	6	Скорость принятия решений
7	Качество креатива и рекламных материалов	7	
8	Возможность инвестирования в развитие	8	
9	Квалификация персонала	9	
ВОЗМОЖНОСТИ		УГРОЗЫ	
Рейтинг	Параметр	Рейтинг	Параметр
1	Увеличение разнообразия во взаимосвязанных продуктах	1	Появление новых конкурентов
2	Повышение требований к качеству услуг	2	Изменение логистических цепочек
3	Совершенствование менеджмента	3	Сбои в поставках материалов
4	Развитие сетки сервисов	4	Общэкономический спад
5	Оптимизация затрат	5	Изменение вкусов потребителей
6	Использование собственных рекламных ресурсов	6	
7	Мотивация и вовлеченность персонала	7	

7P



Продукт- Трейд-ин

Цена –гибкое ценообразование , скидка до 26%

Продвижение -Контент-наполнение и seo-оптимизация сайта, модальность отзывов.

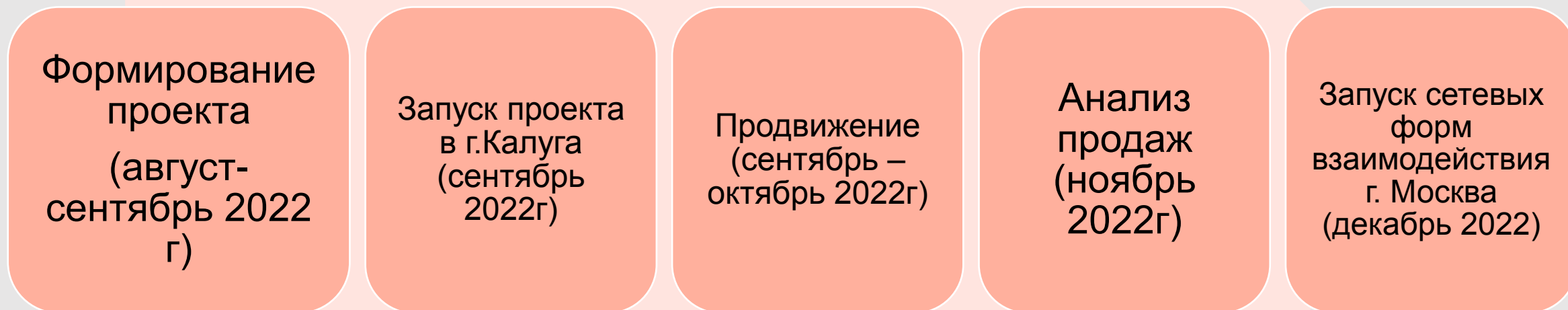
Место - Сервисный центр , дилеры , розничный магазин , пункт приема г.Москва

Персонал – опытный , дополнительное стимулирование и мотивация.

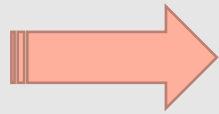
Процесс- введение электронного документооборота.

Материальная среда – онлайн-калькулятор

Дорожная карта



Как это будет выглядеть?



Дилеры



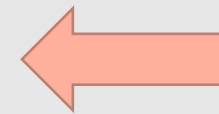
Диагностика



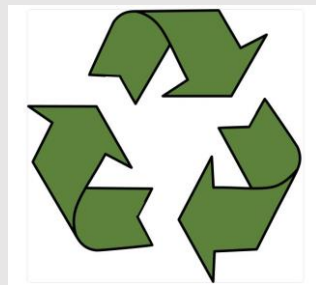
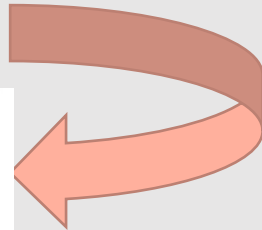
Договор



Сдаете
инструмент
в счет
НОВОГО



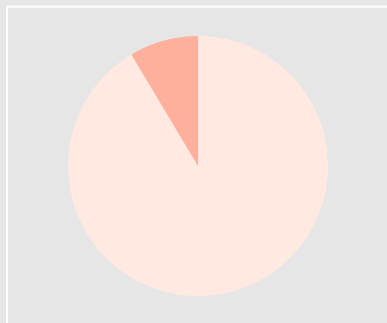
Забираете
НОВЫЙ
инструмент



Перепродажа
инструмента со
скидкой

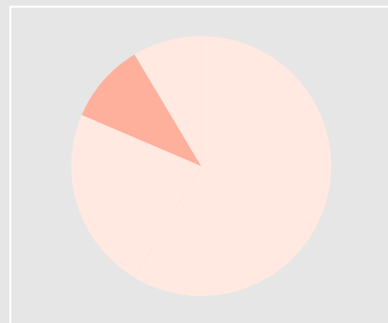


Срок. Эффективность.



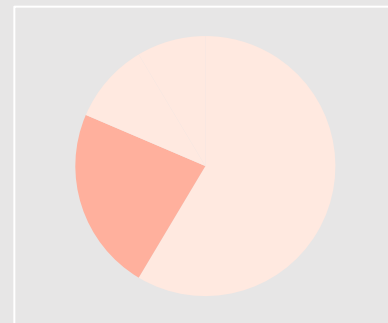
Проект

6 месяцев



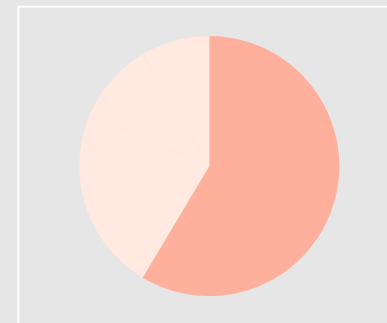
Маркетинговый
план

70 000 ₺



Продвижение

282 000 ₺



Точка
безубыточности

6590 ₺ / 6 шт

Спасибо за внимание!