



ВЫПУСКНАЯ АТТЕСТАЦИОННАЯ РАБОТА

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ
КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА С
ЦЕЛЬЮ ВЫРАБОТКИ
СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ
НА КОНКУРЕНТНОМ РЫНКЕ
(на примере рекламного агентства
«КВАДРАТ»)

Выполнил:
Борисов Григорий Сергеевич

Научный руководитель:
Кузина Мария Владимировна

План выступления



Актуальность темы

Обзор рынка полиграфии

Обзор деятельности компании

Анализ текущего состояний комплекса маркетинга

Проект изменений комплекса маркетинга

Финансовое обоснование проекта



Актуальность темы

- ◆ Доступность и скорость обмена информацией увеличивается
- ◆ Технологический уровень игроков на рынке выравнивается
- ◆ Спрос смещается от покупки впрок, к малым партиям но ко времени.
- ◆ Сезонный характер рекламного бизнеса
- ◆ Текущая ситуация на рынке



Обзор рынка полиграфии и прогноз на 2022

РОССИЯ

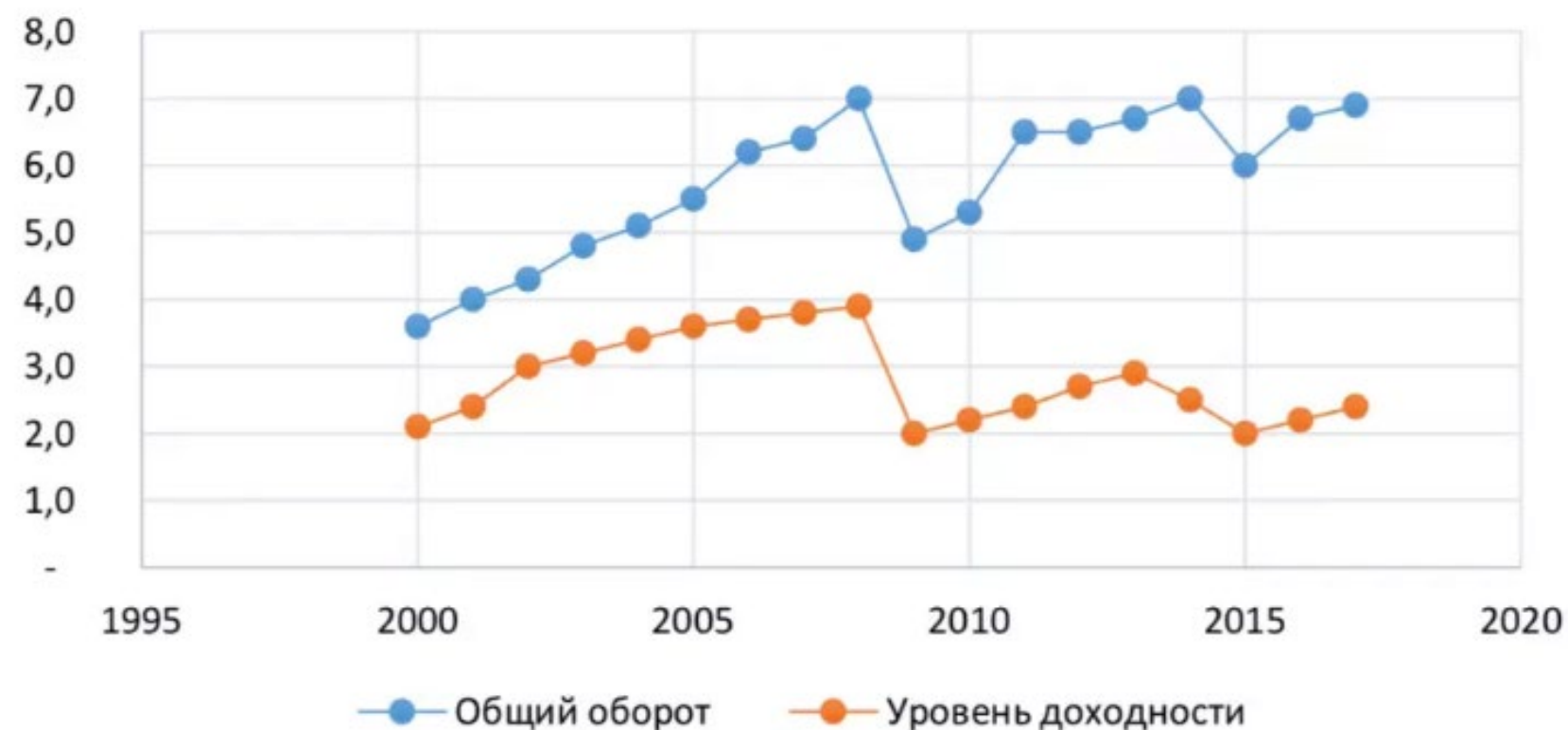
более 20 тыс. субъектов рынка

5 тыс., цифровые и «гибридные» типографии

2,5 тыс., а также многочисленные рекламные агентства, салоны печати, мини-типографии

Емкость рынка 6,5 – 7,5 млрд. долл.

Динамика "объема денежных средств" в полиграфии (млрд.дол. США)



Пессимистичный

Потребление сократится примерно на 6%.

Только в конце 2021 - начале 2022 года очень медленный рост

Оптимистичный.

Если инфекция отступит к Августу

Нефтяные котировки растут

Падение рынка менее 4%

Начало 2022 года рост на 3%

Базовый

Потери рынка не более чем на 5%

Рост к концу 2021 года

Начало 2022
выход на начальные показатели

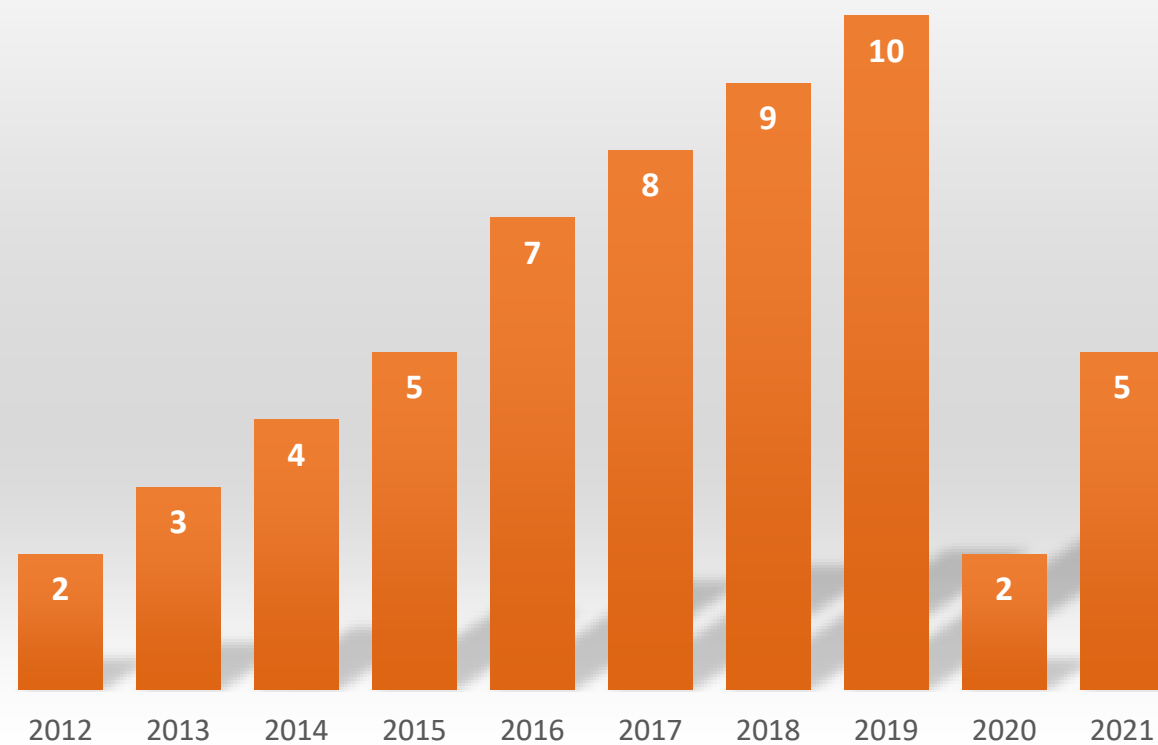
Обзор деятельности компании

- Производство полиграфической продукции
- Сувениров
- OutDoor конструкции

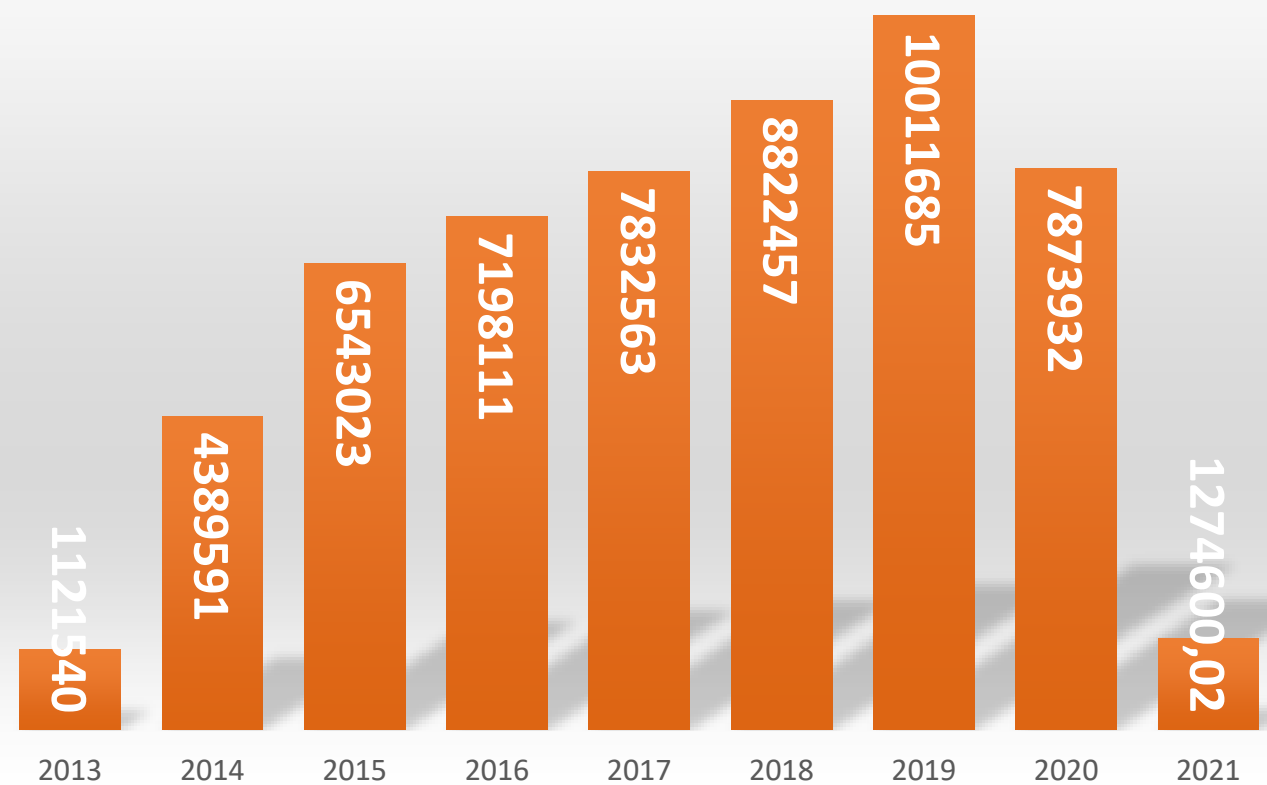


Динамика структурных и финансовых показателей

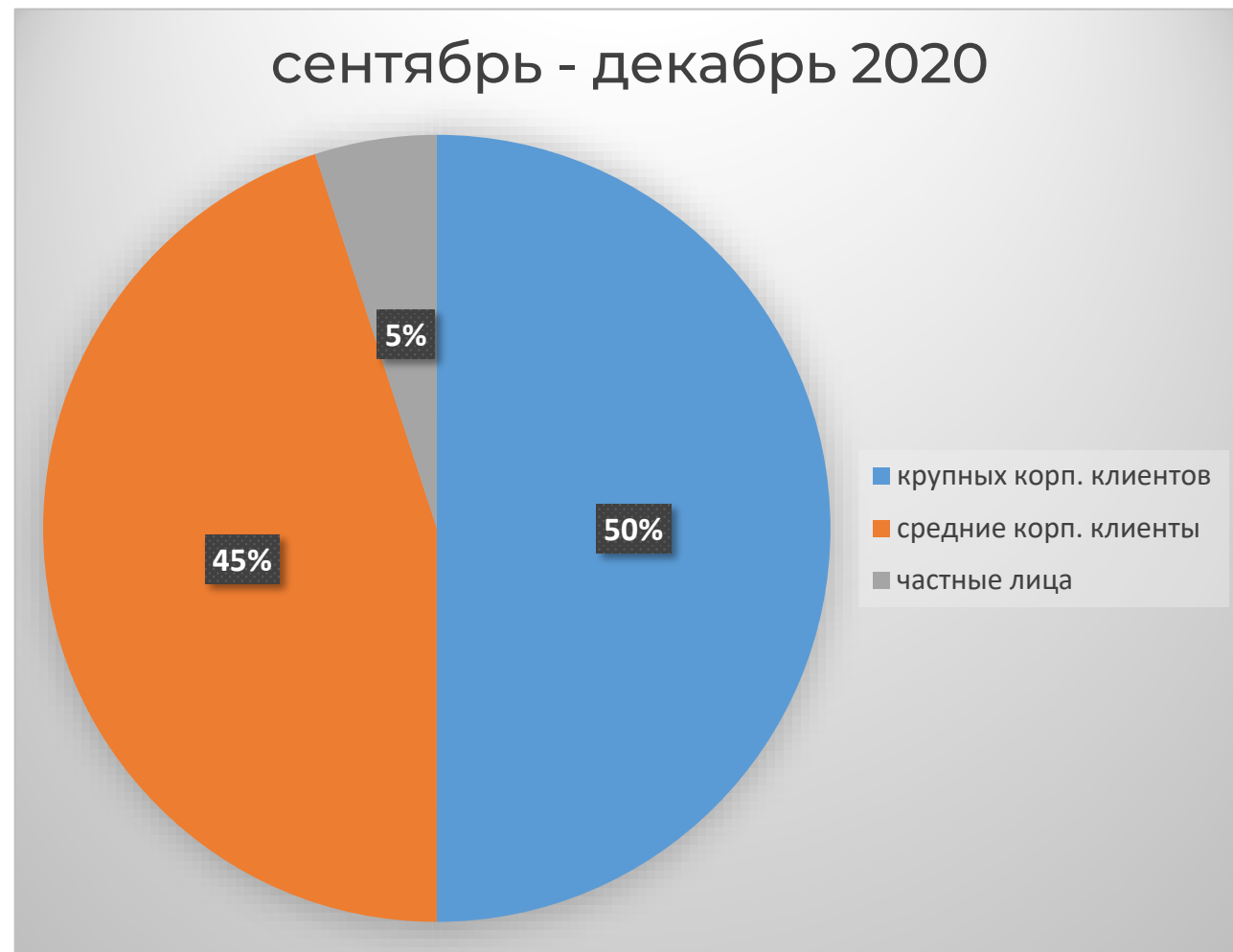
Динамика наполнения функциональной структуры



Выручка компании по годам



Соотношение объема выручки по категориям клиентов



2 361 920.00 Р



1 274 600.00 Р

Что продавать?

Анализ привлекательности сегментов

Есть

1. Работа с частными лицами
2. Корпоративная полиграфия
3. Корпоративные сувениры и промо продукция
4. Изготовление вывесок, InDoor и OutDoor рекламных конструкций

Гипотеза

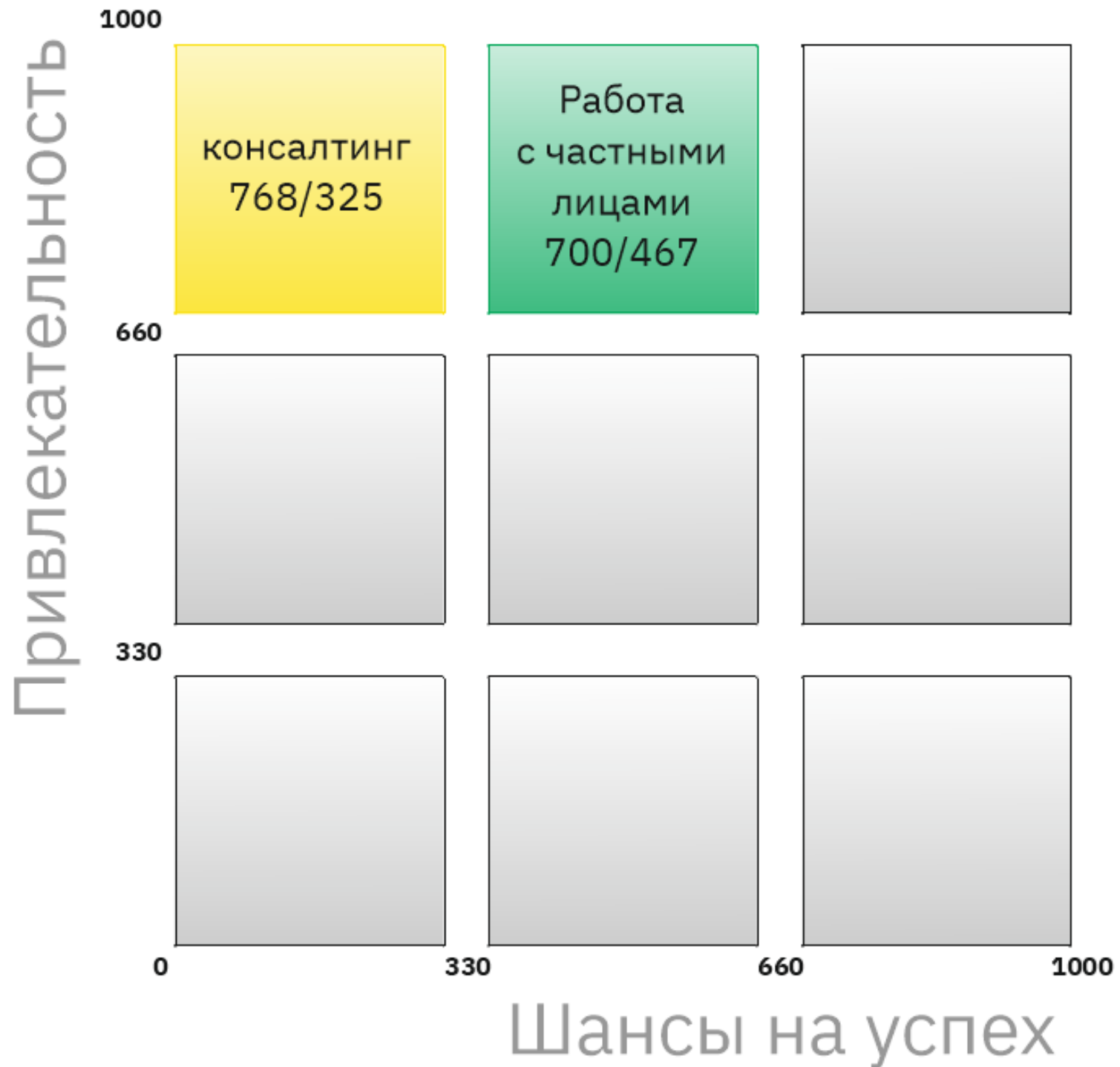
1. Оказание консалтинговых услуг в области маркетинга, разработке стратегии продвижения и анализу и автоматизации бизнес-процессов.

Критерии привлекательности

1. Текущий размер сегмента (в руб.)
2. Желание платить
3. Маржинальность
4. Скорость совершения сделки
5. Сила конкуренции
6. Возможность комплексных продаж
7. Возможность повторных продаж другой продукции
8. Сезонность (отсутствие)
9. Сложность входа в сегмент для конкурентов
10. Финансовые риски (отсутствие)
11. Динамика роста

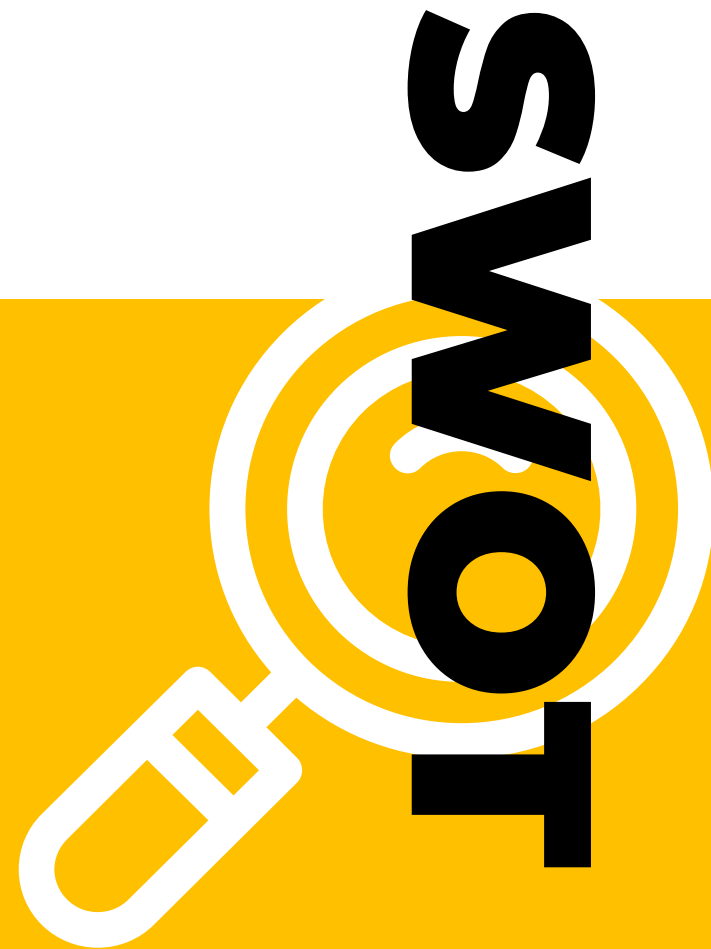


1000x1000



Привлекательность сегмента	Высокая (8-10 баллов)	Сегмент 2 (консалтинг)	Сегмент 1 (частные лица)	
	Средняя (4-7 баллов)			
	Низкая (0-3 балла)			
		Низкая (0-3 балла)	Средняя (4-7 баллов)	Высокая (8-10 баллов)
Конкурентоспособность товара компании в сегменте				





СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ		СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	
РЕЙТИНГ	ПАРАМЕТР	РЕЙТИНГ	ПАРАМЕТР
1	Расположение в центре города	1	Вид упаковки
2	Гибкость в отношении ценовой политики	2	Слабая маркетинговая деятельность
3	Скорость принятия решений	3	Чувствительность целевой аудитории к росту цен
4	Квалификация и вовлеченность персонала	4	Заметность выкладки товара
5	Скорость исполнения заказов	5	Рост себестоимости продукта
ВОЗМОЖНОСТИ		УГРОЗЫ	
РЕЙТИНГ	ПАРАМЕТР	РЕЙТИНГ	ПАРАМЕТР
1	Новые товарные группы	1	низкие доходы потребителей
2	Охват новых потребностей текущих клиентов	2	Рост затрат и стоимости сырья, опережающий рост доходов
3	Частота покупки	3	Низкие входные барьеры
4	Увеличение заметности рекламы	4	
5		5	

Конкуренты



Как сейчас?

Анализ текущего состояния комплекса маркетинга

7P



Куда идем?

Определение
целевых
показателей
изменений



Минимальная
плановая выручка

88 700 р.

Сейчас по анализу 3 месяцев

- Средняя Выручка – **69 000 р.**
- Постоянные затраты – **47 000 р.**
- Средние Полные
Переменные затраты – **32 430 р**
- Средняя рентабельность – **53%**
- Средний чек – **1200 р.**
- Количество сделок – **73**

Цель на 2022 год

- Средняя Выручка – **300 000 р.**
- Постоянные затраты – **47 000 р.**
- Средние Полные
Переменные затраты – **108 000 р**
- Средняя рентабельность – **64%**
- Средний чек – **2000 р.**
- Количество сделок – **150**

Что менять?

Определение
влияния
факторов



ПРОЦЕССЫ И ЛЮДИ

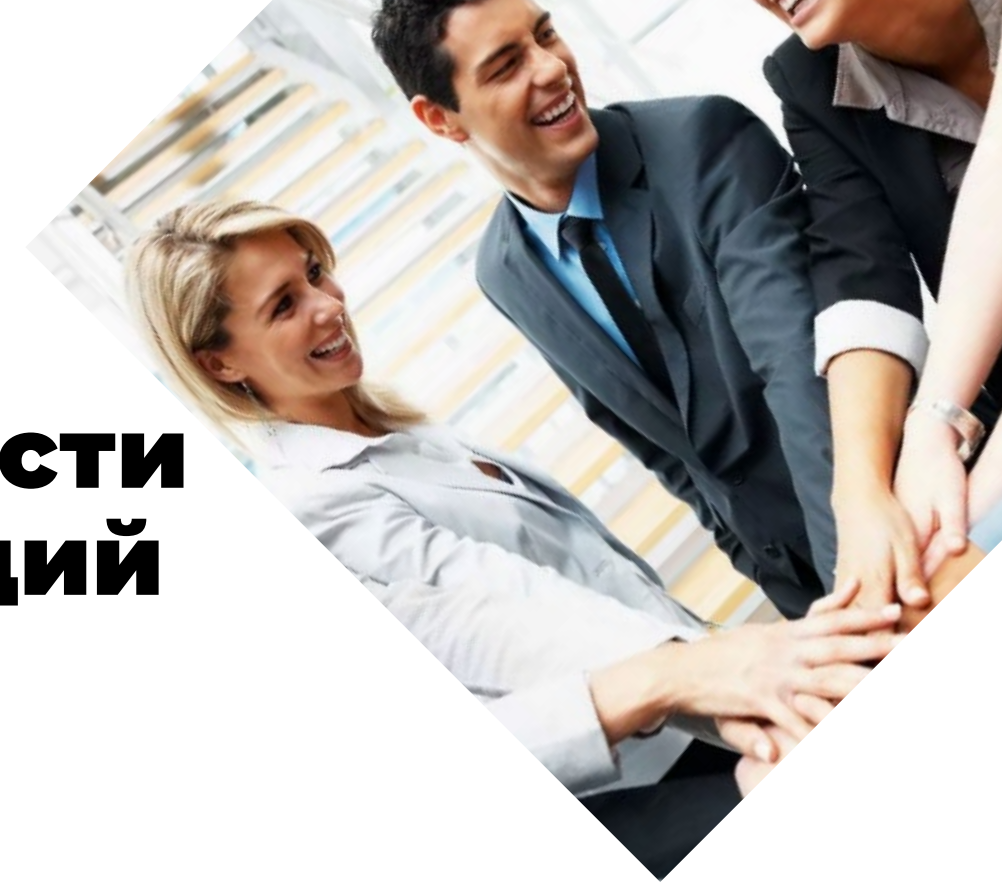


Обучение персонала

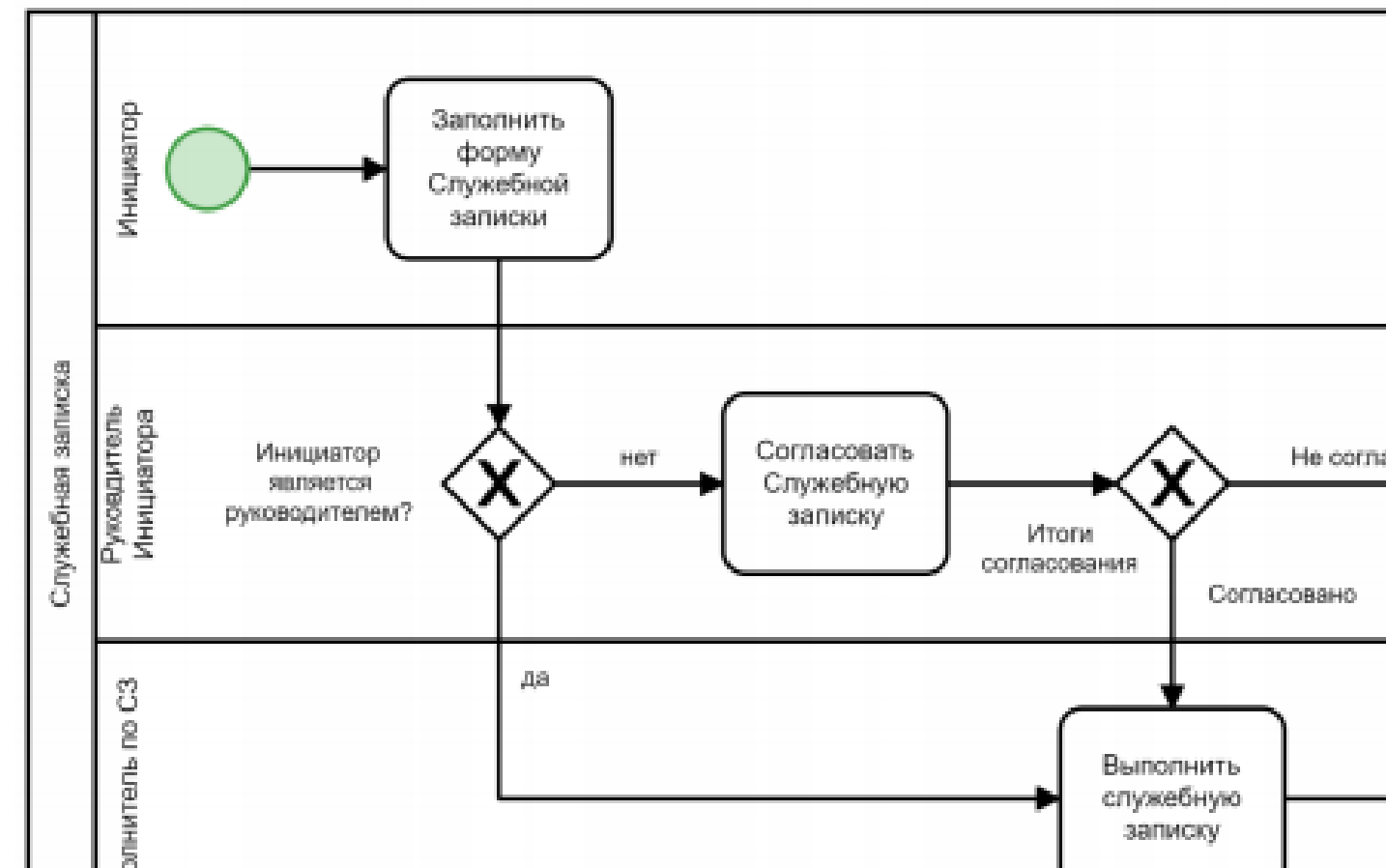
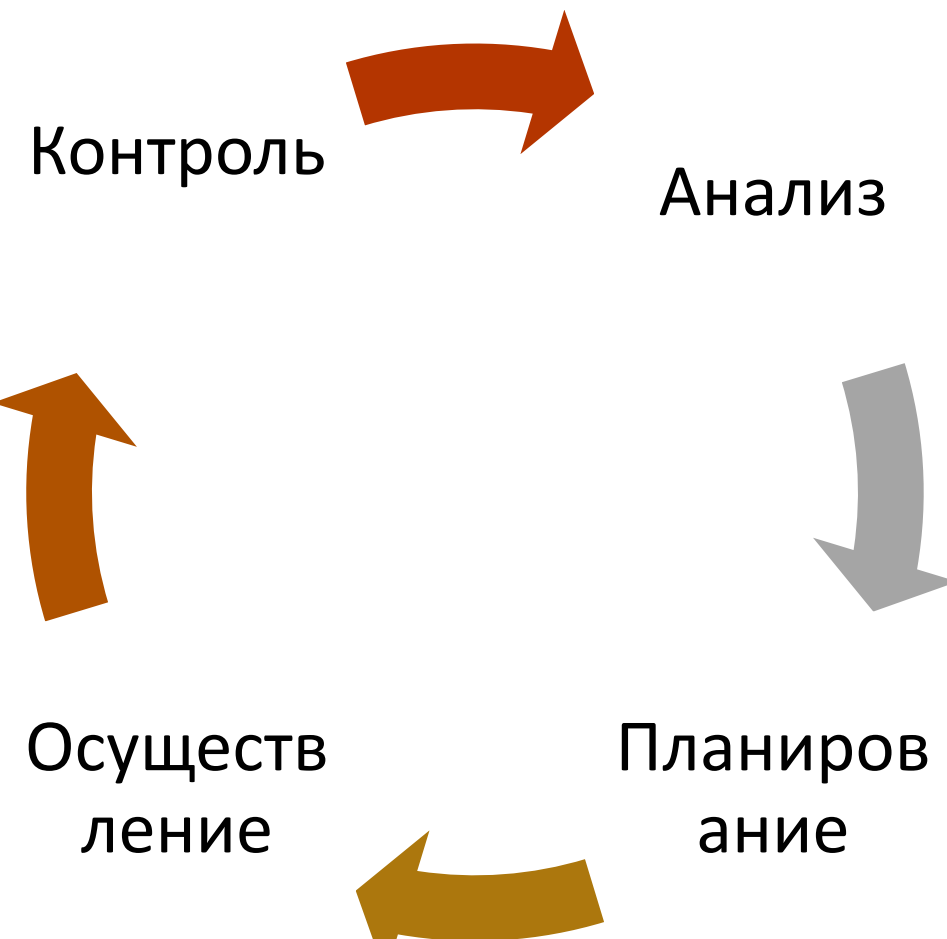
- Система наставничества

Увеличение эффективности процессов и коммуникаций

- Внедрение ELMA BPMS



ВНЕДРЕНИЕ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА BRM



ПРОДВИЖЕНИЕ



ОФЛАЙН

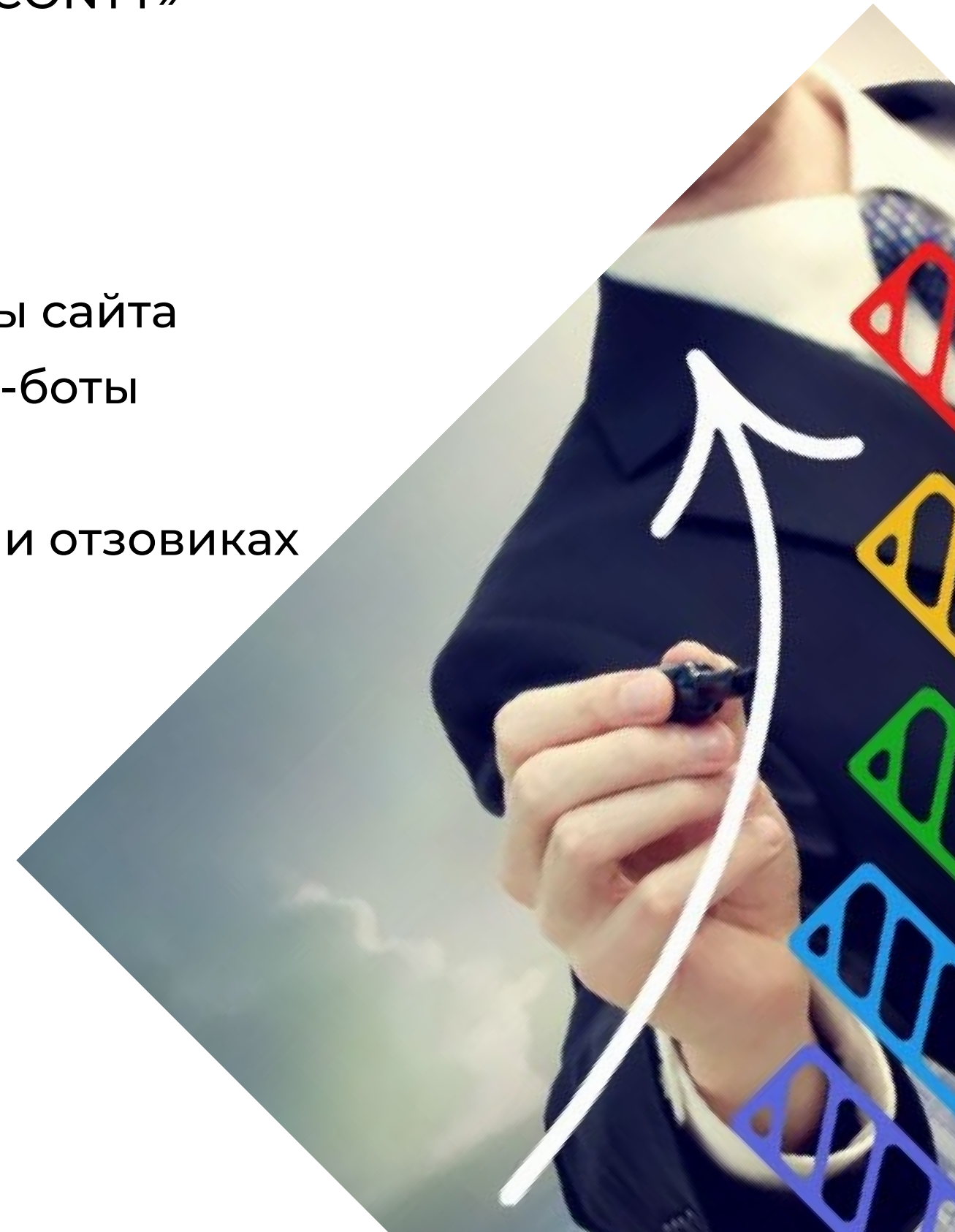
- Обновление вывески
- Партнерская программа с груминг салоном «BASCONTY»

ОНЛАЙН

- Восстановление работы сайта
- Социальные сети и Чат-боты
- Реклама Интернет
- Регистрация на картах и отзывах

КЛИЕНТЫ

- Программа лояльности



Расширение ассортимента
без покупки нового оборудования



ПРОДУКТ

165 г/м²
хлопка
РЯЦАЛЯ

Материальная среда



Сотрудники

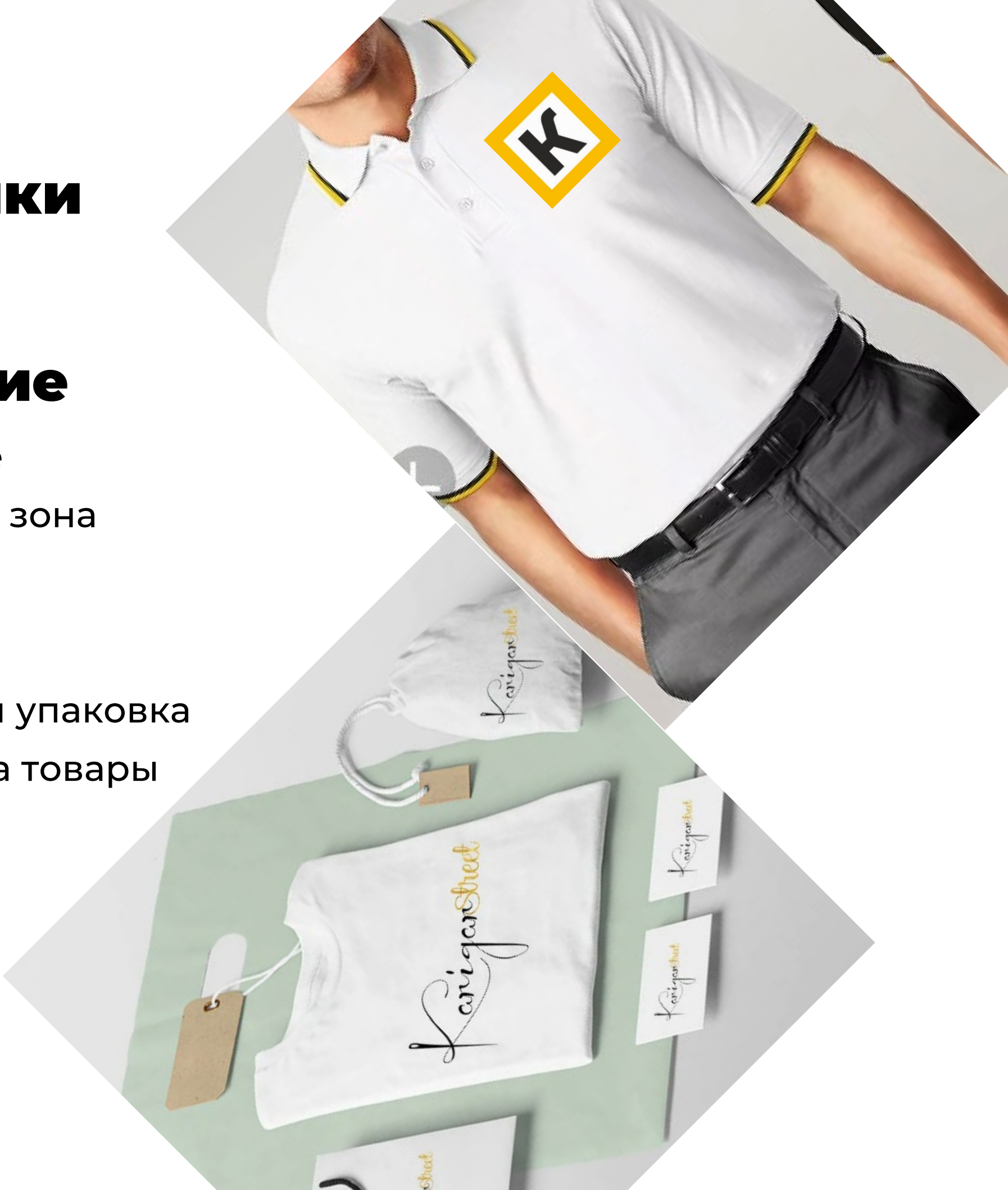
- Дресскод

Помещение

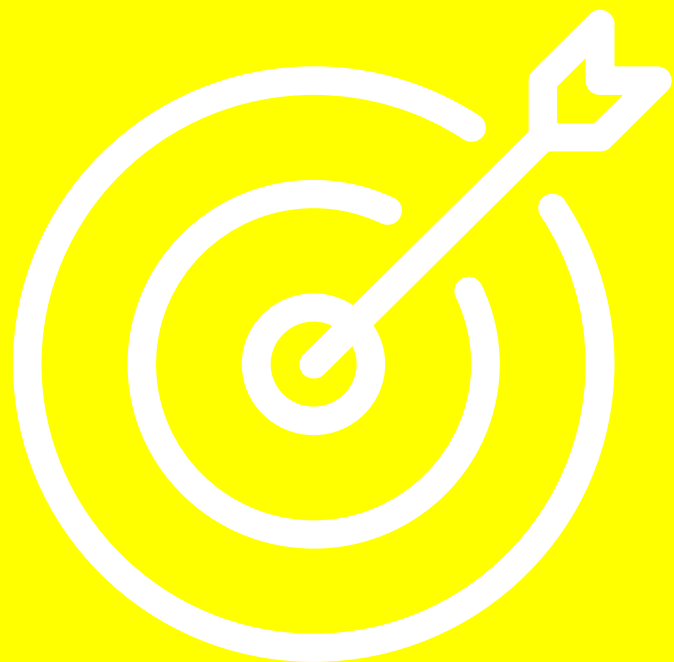
- Освещение
- клиентская зона

Продукт

- Фирменная упаковка
- Этикетки на товары



МЕСТО



Возможна смена локации

- Риски возможностей


Организация продажи через интернет и Чат-боты



СКОЛЬКО ЭТО СТОИТ

Финансовое
обоснование проекта

Дополнительная
прибыль
163 000 р



Мероприятия	Затраты
Увеличение ассортимента	10000 р.
Наружная реклама	30000 р.
Сайт с формой заказа	25700 р.
Продвижение в сети	30000 р.
Программа лояльности	5000 р.
Партнерская программа «БАСКОНТИ»	15000 р.
Тренинги по продажам для персонала	50000 р.
Внедрение BPMS	24000 р.
Итого затрат	209 700 р.



Спасибо за внимание