

«О'кей»

Презентацию подготовили:

Ли Хаочэнь Лю Хуацин
Чжан Цзэцинъ Чжан Сюэсун





Каталог товаров
в гипермаркетах
и супермаркетах
Москвы

Цены действительны
с 3 по 16 декабря 2020 года

ВЫБИРАЕМ
ЛУЧШЕЕ*

ДЕЛАЕМ
ДОСТУПНЕЕ

ТВОРИ
ВОЛШЕБСТВО
стр. 4-9

-46% 374.00
199.00

Сыр Сливочный Легкий Arla
Natura, 30%, 400 г
45%: 400 г - 265.49 / 199.00

-45% 144.00
78.99

Напиток
безалкогольный
7-UP/Mirinda/
Pepsi-Cola,
газированный, 2 л

-49% 399.00
199.99

Форель
слабосоленая
Балтийский Берег,
филе-кусоч, 200 г

-45% 1504.00
869.00

Колбаса
сырокопченая
полусухая
Землистан,
Рубленый, кг

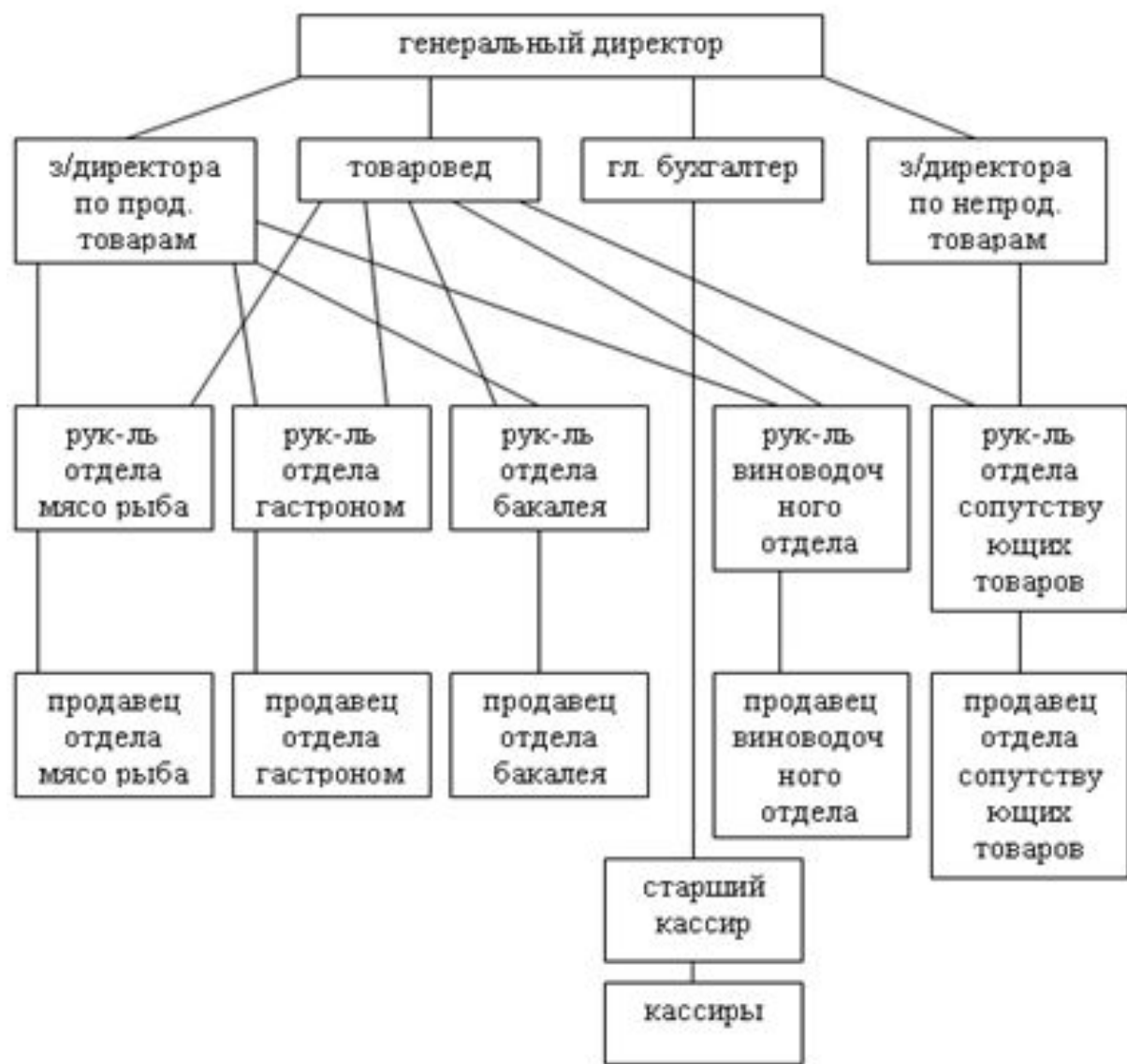
*Средствами государственной поддержки (субсидии) в соответствии с программой «Средствами государственной поддержки» от 15 ноября 2020 г. **Товары, участвующие в акции, могут быть заменены на аналогичные. www.okmarket.ru

О компании

«О'кей» — российская сеть магазинов. Управляется компанией «О'кей Групп», строит торговые комплексы компания «Доринда» (офисы компаний расположены в Москве и Санкт-Петербурге). Группа представлена двумя форматами: гипермаркетами под брендом «О'кей» и дискаунтерами под брендом «ДА!».

Группа компаний «О'кей» основана и зарегистрирована в Санкт-Петербурге в 2001 году.

Первый гипермаркет сети открылся в Санкт-Петербурге в мае 2002 года, он расположился на Выборгском шоссе, 3, позади станции метро «Озерки». Проект создала архитектурная мастерская Митюрёва. В 2003 году мастерская получила за него премию «Архитектон» в номинации «Лучшая постройка», а в январе 2011 года у этого гипермаркета обвалилась крыша.



SWOT-анализ

Слабые стороны

- нет чёткого стратегического направления развития
- отсутствие определённых способностей и навыков в ключевых областях деятельности
- недостаточный имидж на рынке
- неудовлетворительная организация маркетинговой деятельности

Сильные стороны

- пути расширения ассортимента продукции;
- изменение потребностей и вкусов покупателей;
- лидер на российском рынке среди продуктовых ритейлов

Возможности

- дальнейшее развитие сети филиалов;
- работа с новым сегментом для полного охвата рынка;
- работа с новыми производителями без посредников

Угрозы

- неблагоприятное изменение цен на продукты;
- растущая требовательность покупателей и поставщиков;
- выход на рынок федеральных конкурентов

PEST-анализ

Политическая среда

- ограничения на ввоз сырья;
- увеличение налогов и пошлин.

Экономическая среда

- нестабильный курс рубля;
- доступность кредитов возрастает.

Социальная среда

- увеличивается количество покупок через интернет и использование доставки через приложение
- средняя заработная плата за 2019 год составила 42000,9
- в обществе растет положительное отношение к натуральным продуктам. Люди более склонны покупать импортные товары.

Технологическая среда

- модернизация производства осуществляется успешно;
- расходы на электроэнергию можно снизить за счет прогнозирования электропотребления, проведения энергосберегающих мероприятий.