



Adidas

1.Какие стратегии использовала компания на различных этапах развития? Какие факторы внутренней и внешней среды привели к изменению выбора компании в отношении ее стратегии?

- В 1997 году компания Adidas приобрела группу Salomon – **Интегрированный рост, Горизонтальная интеграция**
- В сентябре 2005 года Группа Adidas-Salomon продала бизнес Salomon - **Стратегия сокращения**
- В январе 2006 приобрела компанию Reebok - **Интегрированный рост, Горизонтальная интеграция**
- На сегодняшний день основная задача компании - сохранить лидирующие позиции на российском рынке спортивных товаров, оставаясь крупнейшим производителем и крупнейшим спортивным ритейлером одновременно - **Стратегия стабильности**
- К 2015 году Adidas Group планирует расширить розничную сеть в странах СНГ – **Концентрированный рост, Стратегия усиления позиции на рынке**

Внешние факторы: жесткая борьба за первенство на рынке.

Внутренние факторы: не влияли на изменение выбора компании в отношении стратегии, т.к. управление компанией всегда осуществлялось эффективно.

2. Какие основные правила и ценности компании? Является ли корпоративная культура важным элементом внутренней структуры компании? Почему компания сделала ставки на развитие персонала и является ли это хорошим ходом?

Основные ценности:	Корпоративные правила компании охватывают такие аспекты, как:
Подлинность, страстность, новаторство, вдохновение, преданность идее, честность	<ul style="list-style-type: none">- Деловая этика и деловое поведение- Трудовые отношения и работа с персоналом- Отношения с деловыми партнерами- Ведение документации и правила возмещения служебных расходов- Защита конфиденциальной и служебной информации- Предупреждение злоупотреблений- Конфликт интересов- Рабочая обстановка, здоровье и безопасность сотрудников- Соблюдение Правил

Забота о внутренней общественности является на данный момент приоритетной задачей, т.к. от этого зависит дальнейший успех и развитие компании

Обучение и развитие персонала - уникальный акцент формирования корпоративной культуры и метода работы в компании **Adidas.**

Компания «Адидас» была одной из первых спортивных компаний, кто сделал ставки на развитие персонала и не проиграла

3. Сформулируйте стратегию компании и ее стратегические цели

- Стратегия компании – «Адидас» стремится усилить (либо просто сохранить) свои позиции, предлагая на рынке каждый раз новые модели обуви и одежды, позиционированные и ориентированные на молодёжную спортивную аудиторию по доступным для них ценам.
- Так четко сформулированную стратегию руководство компании планирует выполнять путем достижения не менее четко определенных долгосрочных целей:
- *«Мы должны быть ориентированы на потребности наших покупателей»*
- *«Мы должны быть лидерами в сфере инновационных разработок и дизайна»*
- *«Мы – глобальная организация, которая ощущает свою социальную и экологическую ответственность, справедливо поощряет и вознаграждает своих сотрудников и акционеров».*
- *«Мы стремимся постоянно усиливать позиции наших брендов и товаров»*

Какие перспективные стратегии развития существуют у компании на сегодняшний день?

- Стратегия компании заключается в том, чтобы усилить свои позиции на рынке. Соответственно перечислим возможные способы повышения конкурентоспособности:
- Предоставление дополнительных услуг в магазинах.
- Увеличение количества отделов смешанных продаж.

Считаете ли Вы какие-либо направления развития для «Adidas» неперспективными? Если считаете, приведите свои аргументы.

- С момента основания, компания хранит верность тем ценностям, которые несет с собою спорт. И все направления развития связаны с этими ценностями. Соответственно направления развития компании перспективны, т.к. компания не перестает стремительно развиваться. К сегодняшнему дню компания не только «выжила» в условиях жесткой конкуренции, но и сохранила свою уникальность, традиции и преданность настоящему спорту.

4. Как ценности компании проявляются в ее реальной деятельности?

Adidas пропагандирует свободу выбора: «если этот инструмент Вам подходит – примените его, вам этот инструмент не по душе – работайте так, как считаете нужным. Главное, чтобы от этого не страдал результат», - говорят тренеры на тренингах. Этот принцип воплощен не только в программах тренинга, но и в реальной ситуации

Продавцы обучаются посредством утренних собраний, а также проходят двухдневный курс «Продажи» по истечению 2-3х месяцев. Тренинг ориентирован на создание стандартов обслуживания, а также на формирование особого взгляда на процесс: творческий и индивидуальный подход в работе.

PEST

- **P:** В целом политическая ситуация способствовала проникновению компании на рынки.
- **E:** Экономическую ситуацию на мировом рынке можно назвать нестабильной, но достаточно предсказуемой. В связи с этим, сегодняшняя ситуация кризиса может сильно сказаться на деятельности компании и положении в отрасли в целом
- **S:** Со времен СССР социальные условия были замечательные. Многие нуждались в новом – спортивном стиле. Сейчас здоровый образ жизни способствует необходимости присутствия спортивных вещей модной марки в жизни каждого человека.
- **T:** Существует много возможностей для технологического развития отрасли. Тот факт, что за здоровьем теперь принято следить ещё больше подталкивает к инновациям в этой сфере, чтобы предложить покупателю то, что может ему действительно помочь.

SWOT

S: Широкая дистрибьюторская сеть, широкая линейка товаров для любой категории потребителей, высокое качество товара, хорошая репутация компании, сервис на высоком уровне.

W: Слабая инновационность, малоразвитая сеть фирменных магазинов, отсутствие специализированного отдела PR, не имеет системы оценки эффективности обучения.

O: Производство широкой линейки спортивного инвентаря, постройка и развитие собственных спортивных комплексов, площадок и спортивных залов

T: Сильные конкуренты в отрасли, насыщение рынка товаром, появление новых конкурентов – местных производителей

Повышение конкурентоспособности

- Развитие тренерской базы (при покупке можешь получить консультацию тренера)
- Развитие собственных спортивных школ (постоянным покупателям – скидки на обучение)
- Развитие массовых фестивалей (как *nike running russia*)
- Создание возможности собственного дизайна одежды (например *nike* – собери свои кроссовки)
- Интерактивные табло с информацией (подбор одежды, обуви, подходящих видов спорта с учетом индивидуальных показателей)
- Создание интерактивной примерочной (как будет выглядеть одежда на вас – введение личных параметров + желаемая одежда)

Поддержание корпоративной культуры

- Совместные туристические выезды
- Спортивные мероприятия (их расчета, что большинство сотрудников – молодые)
- Возможность развиваться в разных сферах (организация непрофильных мастер-классов для групп)
- Возможность разработки дизайна продукции сотрудниками компании