

**Управление рынком в период кризиса,
как ресурс повышения потенциала компании**

Консалтинг как инструмент маркетинговой политики

**Опыт и кейсы
Steilmann Osteuropa GmbH & Co. KG**

**Фритьоф Хайнц
Глава представительства**

Steilmann Osteuropa GmbH & Co. KG, офисы в Берлине и в Москве

- в течение 19 лет компания активно работает на российском рынке
- представляет свыше 15 модных марок в сегменте Modern Woman, Modern Classic, Premium und мужской моды
- свыше 400 клиентов в 96 городах России, СНГ и стран Балтии
- 46 концептуальных магазинов Steilmann

Steilmann, Bochum-Wattenscheid (Бохум-Ваттеншайд)

- основана 51 год назад
- 250 млн. € годового оборота (2008), 250 сотрудников
- собственные предприятия в Румынии и Китае
- развитие от концепции Private Label к самостоятельной марке
- с 2006 является частью концерна Miro Radici AG
- 880 млн. € годового оборота (2008)
- 60% модной продукции, 40% домашнего текстиля

Обзор

- быстрый рост за последние 10 лет
- структурные изменения рынка
- выход на внутренние рынки зарубежных торговых сетей и их столкновение с присутствовавшими ранее
- последствия быстрого роста

Современная ситуация

- Рецессия, возрастающая безработица, высокая инфляция
- Девальвация рубля повышает цены импортных товаров
- Опасения потребителей
- Снижение покупательской способности
- Розничная торговля страдает от отсутствия финансовых возможностей.
- Большой объём задолженности

- Поддержка в отношениях с арендаторами и выбор новых площадей
- Оптимизация логистики
- Изменение ассортимента
- Оформление витрин
- Мерчандайзинг
- Маркетинговые акции
- Know-How в продажах

Продукт

Цель	Мероприятие	Задача партнера
<ul style="list-style-type: none"> • Структурированное построение программ • Целенаправленное планирование закупок 	<ul style="list-style-type: none"> • Пирамида в качестве основы распределения ассортимента Базис/Мода/Тренд, • Анализ продаж в качестве основы для планирования 	<ul style="list-style-type: none"> • Знания (Know how) построения программ на основе LOOK BOOK
<ul style="list-style-type: none"> • Оптимизация коллекции • концентрация на продаваемые модели 	<ul style="list-style-type: none"> • Сокращение количества моделей 	<ul style="list-style-type: none"> • Правильная презентация в торговом зале
<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение контроля качеством 	<ul style="list-style-type: none"> • Точная проверка посадки • Выбор материалов высокого качества 	<ul style="list-style-type: none"> • Отзывы по проблемам качества с помощью формуляра

Маркетинг

Цель	Мероприятие	Задача партнера
<ul style="list-style-type: none"> • Дизайн коллекции, ориентированный на целевую группу 	<ul style="list-style-type: none"> • Четкое определение целевой группы UNQ 	<ul style="list-style-type: none"> • Знать целевую группу
<ul style="list-style-type: none"> • Направление всех маркетинговых мероприятий на целевую группу 	<ul style="list-style-type: none"> • Выбор нового лица, нового качества представления марки UNQ (каталог) 	<ul style="list-style-type: none"> • Распространение каталога в рамках целевой группы
<ul style="list-style-type: none"> • Усиление брэндинга марки с помощью рекламных материалов 	<ul style="list-style-type: none"> • Фото-пакеты, плакаты, имидж дисплеи для каждой программы, рекламные подарки «5 лет UNQ» 	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулирование продаж посредством правильного применения рекламных материалов

Визуальный мерчендайзинг

Цель	Мероприятие	Задача партнера
<ul style="list-style-type: none"> • LOOK BOOK в помощь для правильной презентации коллекции на торговой площади 	<ul style="list-style-type: none"> • Дополнительная информация в LOOK BOOK 	<ul style="list-style-type: none"> • Использование LOOK BOOK для презентации товара в магазине
<ul style="list-style-type: none"> • Повышение оборотов с помощью правильной презентации в витринах и на торговой площади 	<ul style="list-style-type: none"> • Сезонная информация (оформление торгового зала и витрин) 	<ul style="list-style-type: none"> • Использование сезонной информации
<ul style="list-style-type: none"> • Повышение оборотов с помощью целевых акций 	<ul style="list-style-type: none"> • Информация о кампаниях и распродажах 	<ul style="list-style-type: none"> • Использование информации • отчет о продажах в московское бюро

Программа поддержки арендаторов МЕГА

- Анализ текущего положения
- Анализ конкретных магазинов
 - акция Mystery Shopper
 - консультант по мерчандайзингу
- Benchmarking
- План маркетинговых акций
- Реализация плана
- Контроль и отчётность

Благодарю за внимание!

Steilmann Osteuropa GmbH & Co KG
Представительство в Российской Федерации
125212 Москва, Кронштадтский бульвар, 7
Телефон: +7 – 495 – 232 53 72
frithjof.heinz@steilmann.ru
www.steilmann.ru