



Система ММЦ: прошлое, настоящее, будущее

Начало создания Системы ММЦ. 1997-1998 гг.



- информационный голод
- отсутствие взаимодействия между средними и малыми предприятиями
- низкий уровень развития сети Интернет

В Москве работает более 200 тысяч малых предприятий

Распределение малых предприятий по отраслям в 1997 г.(%)



Распоряжение Премьера Правительства Москвы



Создание ММЦ в регионах



ММЦ «Ярославль-Москва»



ММЦ «Иваново-Москва»



ММЦ «Владивосток-Москва»



ММЦ «Тула-Москва»



ММЦ «Пенза-Москва»

Создание ММЦ в регионах



ММЦ «Калуга-Москва»



ММЦ «Курган-Москва»



ММЦ «Мордовия-Москва»



ММЦ «Тверь-Москва»

Создание ММЦ в регионах



ММЦ «Алтай-Москва»



ММЦ «Архангельск-Москва»



ММЦ «Казань-Москва»



ММЦ «Удмуртия-Москва»

К августу 1998 года в Системе ММЦ 32 центра

1. ЗАО ММЦ «Алтай-Москва»
2. ЗАО ММЦ «Брянск-Москва»
3. ЗАО ММЦ «Владимир-Москва»
4. ЗАО ММЦ «Екатеринбург-Москва»
5. ЗАО ММЦ «Иваново-Москва»
6. ЗАО ММЦ «Казань-Москва»
7. ЗАО ММЦ «Калининград-Москва»
8. ЗАО ММЦ «Калуга-Москва»
9. ЗАО ММЦ «Карачаево-Черкессия»
10. ЗАО ММЦ «Кемерово-Москва»
11. ЗАО ММЦ «Краснодар-Москва»
12. ЗАО ММЦ «Мордовия-Москва»
13. ЗАО ММЦ «Новгород-Москва»
14. ЗАО ММЦ «Новосибирск-Москва»
15. ЗАО ММЦ «Омск-Москва»
16. ЗАО ММЦ «Пенза-Москва»
17. ЗАО ММЦ «Ростов-Москва»
18. ЗАО ММЦ «Рязань-Москва»
19. ЗАО ММЦ «Самара-Москва»
20. ЗАО ММЦ «Санкт-Петербург-Москва»
21. ЗАО ММЦ «Саратов-Москва»
22. ЗАО ММЦ «Ставрополь-Москва»
23. ЗАО ММЦ «Сыктывкар-Москва»
24. ЗАО ММЦ «Тамбов-Москва»
25. ЗАО ММЦ «Тверь-Москва»
26. ЗАО ММЦ «Томск-Москва»
27. ЗАО ММЦ «Тула-Москва»
28. ЗАО ММЦ «Удмуртия-Москва»
29. ЗАО ММЦ «Ульяновск-Москва»
30. ЗАО ММЦ «Чебоксары-Москва»
31. ЗАО ММЦ «Элиста-Москва»
32. ЗАО ММЦ «Ярославль-Москва»

33-й центр – ММЦ «Москва»

1998 год



2006 год



Специфические функции:

- участие в координации работы Системы ММЦ
- организация и проведение совещания директоров системы ММЦ
- поддержка общесистемной информационной сети
- разработка общесистемных проектов

Информационная сеть Системы ММЦ

Первые шаги. Формирование рынка услуг маркетинга



2007 г. Региональное присутствие Системы ММЦ



Основы взаимодействия Системы ММЦ

Кодекс профессионального поведения участника Системы ММЦ

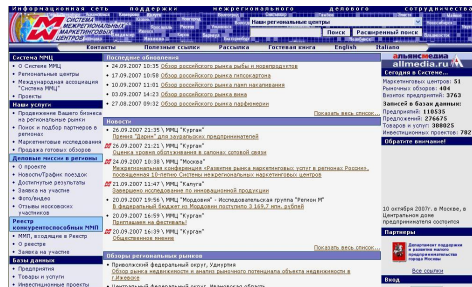
этические нормы и правила взаимодействия региональных ММЦ в отношении между собой, с клиентами и партнерами



Торговый знак Системы ММЦ

защищенный коллективный бренд

своеобразный знак качества при квалификации со стороны клиентов и партнеров



Информационный портал Системы ММЦ

www.marketcenter.ru

коммуникационная база региональных центров
площадка для доступа бизнес-сообщества к актуальной маркетинговой информации

Основы взаимодействия Системы ММЦ



Совещания руководителей и специалистов Системы ММЦ

разработка общесистемных стандартов выполнения работ

Единая диспетчерская Системы ММЦ

оперативное реагирование на запросы клиентов независимо от региона обращения

координация работ в нескольких регионах



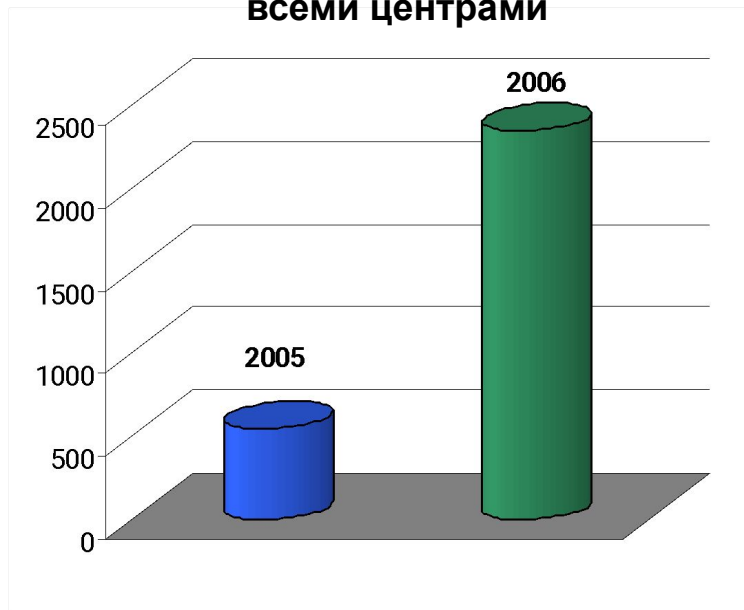
Тренинги

совершенствование практических навыков

повышение уровня корпоративной ответственности

Система ММЦ: исследовательские работы

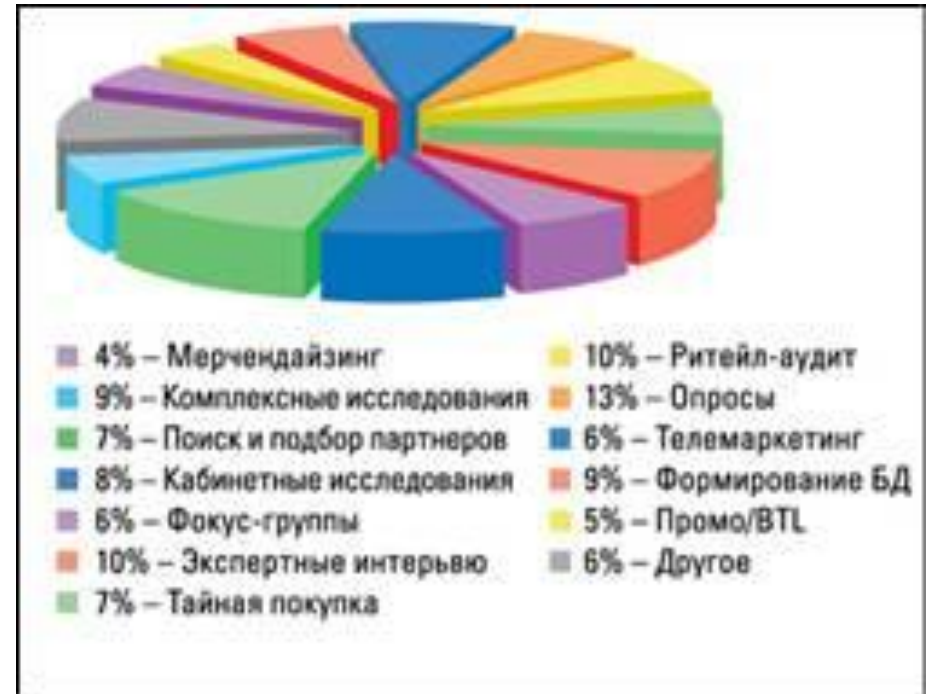
Количество проектов, реализованных всеми центрами



Общее количество работ в 2006 м году – 2479

Это на 218,8 % больше, чем в 2005 году

Типы работ, %



Система ММЦ: исследовательские работы

Профили заказчика, %



Практический маркетинг: Деловые Миссии



- **Цель**

Продвижение товаров на рынки регионов РФ, формирование региональной системы дистрибуции товаров малых предприятий



- **Задачи**

- Анализ региональных рынков, оценка конкурентноспособности продукции МП
- Поиск и подбор торговых и производственных партнеров для московских компаний
- Организация двухсторонних встреч между участниками ДМ и региональными компаниями



- **Непосредственные организаторы**

Московский и региональные центры Системы ММЦ

Результаты Деловых миссий

В рамках проекта Бизнес-Марафон:

- Собрано заявок на участие – 1273 заявок
- Отобрано для участия – 1334
 - в. т.ч. для участия в поездках – 661 предприятий
- Проведено предварительных встреч-презентаций – 4157
- Проведено двусторонних встреч московских и региональных компаний – 5491
- Количество результативных переговоров – 2325

Наши планы

- разработка и продвижение коллективных брендов малых и средних предприятий
- маркетинг инноваций
- создание Реестра конкурентоспособных малых предприятий России