



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.(%)



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

Система ММЦ

- Система ММЦ
- Региональные центры
- Междурегionalное взаимодействие "Система ММЦ"
- Пресса

История успеха

- Продвижение Бурого Беленца на региональном рынке
- Поиск и подбор партнеров в регионах
- Маркетинговое исследование
- Продажа Лотосов в Омске

Успешные проекты в регионах

- О проекте
- Новостной анализ почтен
- Достижения результатов
- Задача на уровне
- Вспомогатель
- Оптимизация участия

Региональные центры ММЦ

- ММЦ, входящие в Регион
- О регионе
- Задача на уровне

Вопросы и ответы

- Приложения
- Товары и услуги
- Информационный продукт

Партнеры

17 октября 2007г. в Москве, в Центральном доме предпринимателей состоялся

10 октября 2007г. в Москве, в Центральном доме предпринимателей состоялся

Первые шаги. Формирование рынка услуг маркетинга



2007 г. Региональное присутствие Системы ММЦ



Основы взаимодействия Системы ММЦ

Кодекс профессионального поведения участника Системы ММЦ

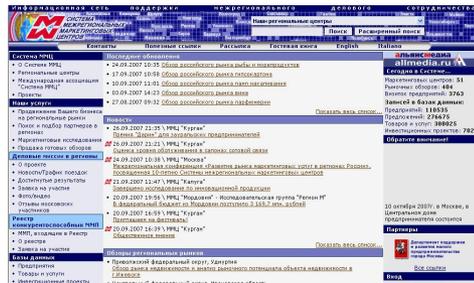
этические нормы и правила взаимодействия региональных ММЦ в отношении между собой, с клиентами и партнерами



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



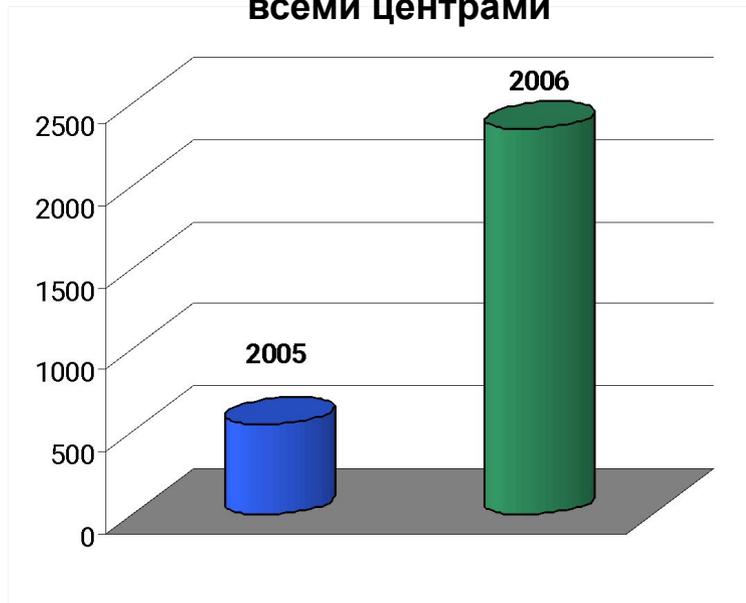
Тренинги

совершенствование практических навыков

повышение уровня корпоративной ответственности

Система ММЦ: исследовательские работы

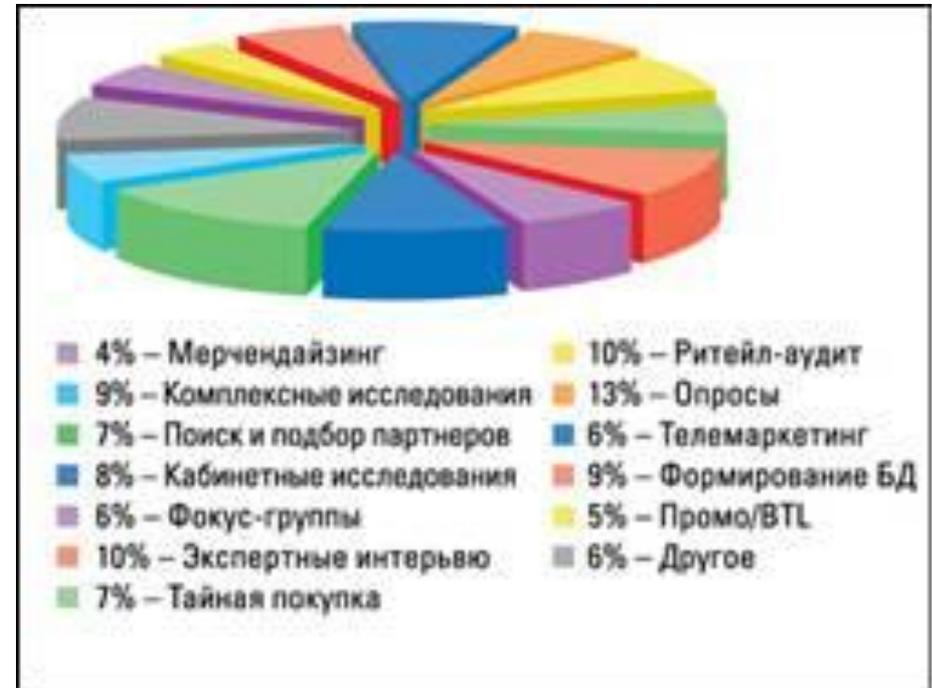
Количество проектов, реализованных всеми центрами



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