



ПРИМЕРЫ СТРАТЕГИЙ
презентация

2009



Advertising&Marketing Group COMPASS - группа компаний и квалифицированных специалистов, объединяющих усилия для решения конкретных практических задач маркетинга под руководством управляющего партнера – к.т.н. Романа Колядюка

Миссия:

1. Усиливать отделы маркетинга компаний профессиональной помощью, делая доступными по стоимости технологии международного уровня в сфере исследований, брендинга и стратегического планирования
2. Находить решения различных проблем и отдельных кризисов в области маркетинга с помощью разнообразных исследований
3. Помогать компаниям создавать бренды, упаковки, названия, фирменный стиль (в т.ч. ребрендинг, рестайлинг)
4. Комплексно решать задачи компаний по завоеванию доли рынка с помощью стратегического планирования пути развития (создание стратегий маркетинга/рекламы на 3 и более лет)
5. Помогать компаниям увеличивать продажи маркетинговыми средствами

Опыт для:

TM Veronika Jeanvie & Paco Rabbane, TM LG, TM VICHY, TM КООКАЇ, TM DIO, TM Challenge Aero, TM «Магнат», TM Strada del Vino, TM MacCofee, сеть DC и Procter&Gamble, TM Геркулес, TM Давній Рецепт/TM Златогор, TM Энран Акрос (концерн и магазины Энран), TM Reupaers (стройматериалы), ЭКСИМ Групп (презервативы), SunInterbrew (пиво), сеть магазинов Будмакс, Лизинговая компания «Хліб України» (TM Булкин), сеть АЗС ТНК (дэббер ООО Ариона), КОНТИНИУМ УКРРЕСУРС (Луцк-кондитер), торгово-производственная компания Эрголайн/Эргopak (TM Мелочи Жизни и др.), TM Ferrero, TM Heineken, TM Американская химчистка, TM Organics, TM Shik/Wilkinson, TM Parmalat, TM Троянда Экспресс, TM Новолассит, TM Golden Telecom GSM, TM Jacobs, TM Reebok, TM Indesit/Merloni, TM Timotey, TM Gallina Blanca, TM Козырная Карта (рестораны) и др.

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»



Стратегии маркетинга на 3 и более лет

Все стратегическое планирование проводится на основе комплексных маркетинговых исследований потребителей и конкурентов

Включает:

- Стратегию маркетинга
- Стратегию рекламы
- При необходимости, стратегию ребрендинга/брендинга или мероприятия по усовершенствованию управления и т.д. – в зависимости от конкретных проблем и задач заказчика

Разработчики: специалисты высшей квалификации с практическим успешным опытом работ директорами по маркетингу или директорами по стратегическому планированию + с ученой степенью в области маркетинга

Сроки стратегического планирования вместе с исследованиями от 2,5 до 5 месяцев

Ценообразование - гибкое

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

ПРИМЕР: Стратегический план маркетинга по продвижению новой сети АЗС



1. **Стратегические цели**
2. **Стратегия ведения маркетинговой войны с конкурентами новой сети АЗС. Где мы и куда идти на рынке АААА и ВВВВ областей**
3. **Ключевые элементы стратегии (включая позиционирование марки)**
4. **Схема влияния на покупательское поведение**
5. **Концептуальная структура управления новой сетью АЗС**
6. **Концептуальная структура управления продажами сети**
7. **Приложения**

- SWOT - анализ положения, цели
- Стратегия ведения маркетинговой войны новой сети АЗС. Где мы и куда идти на рынке АААА и ВВВВ областей
- Ключевые элементы стратегии. Этапы продвижения марки на рынке
- Стратегия ведения маркетинговой войны новой сети АЗС (начало: схема дифференциации подзонтичной марки)
- Стратегия ведения маркетинговой войны новой сети АЗС (окончание: принципы)
- Позиционирование марки. Схема места стратегического позиционирования марки в системе рекламной деятельности
- Позиционирование марки. Видение марки (схема анализа)
- Позиционирование: Видение марки и минимальный стандарт городской и трассовой АЗС
- Позиционирование: Стратегия позиционирования (трех уровневое моделирование)
- Творческая стратегия (техническое задание на разработку рекламных коммуникаций)
- Творческая стратегия. Продолжение. Информация о потребителях локальных рынков
- Главная отличительная идея
- Главное визуальное отличие АЗС новой марки. Схема анализа
- Главное визуальное отличие АЗС новой марки. Как клиентам идентифицировать новую сеть под зонтиком ТНК
- Ключевые акции рекламного характера
- План ввода конкурентных преимуществ 2003- 2006 года (поквартально)
- Стандарт АЗС, внутренних помещений, одежды, территории
- Система мероприятий PR на персонал и стимулирования персонала
- Система мероприятий PR на персонал и стимулирования персонала. Оплата труда
- Мероприятия по подбору кадров и обучению персонала. Ключевые мероприятия
- Мероприятия по подбору кадров и обучению персонала. Техника подбора и обучения, распределение обязанностей
- Мероприятия по подбору кадров и обучению персонала. Повышение профессионализма
- Контроль за эффективностью рекламной деятельности и акций влияния на потребителей

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»

ПРИМЕР: Стратегическое планирование развития на 3 и более лет для сети ресторанов



Стратегическое планирование включает:

1. Брендинг

- Целевая аудитория
- Стратегическое позиционирование ТМ
- «Колесо&Пирамида бренда»
- РеБрендинг. «Концепция изменений логотипа ТМ»
- Ребрендинг. Как аккумулировать рекламные бюджеты в стоимости бренда

2. Стратегия маркетинга

- Стратегические цели и задачи
- Глобальные задачи по факторам выбора ресторанов
- Мероприятия по ориентации сети ресторанов на потребности потребителей
- Трассовый подход к развитию сети ресторанов
- Зоны строительства новых ресторанов по Украине
- Стратегия маркетинга. План мероприятий на 2009 год
- Формат придорожных ресторанов
- Стратегическая позиция ТМ ресторанов по отношению к конкурентам и рыночное поведение

3. Стратегия рекламы

- План стратегических задач рекламной компании с учетом кризиса
- Программа работ на Зимний период 2008/2009
- Проект Стандартов выделения ресторанов сети
- Проект Стандартов запуска нового ресторана сети
- Тактика реализации стратегии рыночного положения ТМ с 2010 г.
- Ключевые мероприятия по реализации стратегии рыночного положения ТМ с 2010 г.
- Ключевые мероприятия по реализации стратегии рыночного положения

«Мы всем клиентам предлагаем
партнерство,
надежное и результативное,
как компас в пути»



Комфортное обслуживание

По Вашему запросу - оперативно делаем предложения или даем ответы по электронной почте

Для экономии Вашего времени, встречи проводим на Вашей территории и в удобное для Вас время

По ходу выполнения работ проводим тренинги и консультации для создания общей понятийной базы и правильного использования результатов работ

Сохраняем конфиденциальность

Всегда делаем все оперативно и в срок

Проявляем гибкость в оплате и ценообразовании

Контакты:

Управляющий партнер Роман Колядюк

T: 8 (050) 980 17 97

E: ok@amgcompass.com.ua

«Мы всем клиентам предлагаем партнерство, надежное и результативное, как компас в пути»