

*Василь Лацанич*

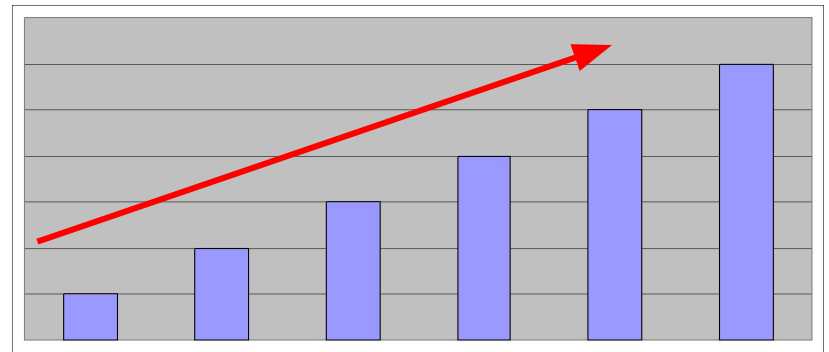
---

**Что плохого в том, что у вас  
всё хорошо в МАРКЕТИНГЕ???**

# Опасности Маркетингового Успеха

---

## □ **Успех быстрого роста (лидера)**



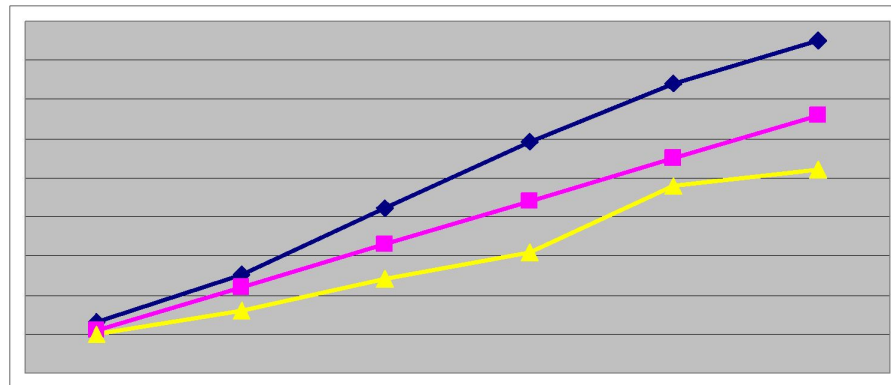
## □ **Успех Супер-Бренда**

---

# Быстрый рост «ГЕРОЯ»

---

- Быстрый рост рынка в целом
- Стремительный рост продаж всех участников рынка
- Уверенное лидерство «ГЕРОЯ»



- Темп набран
  - Всё движется само собой
-

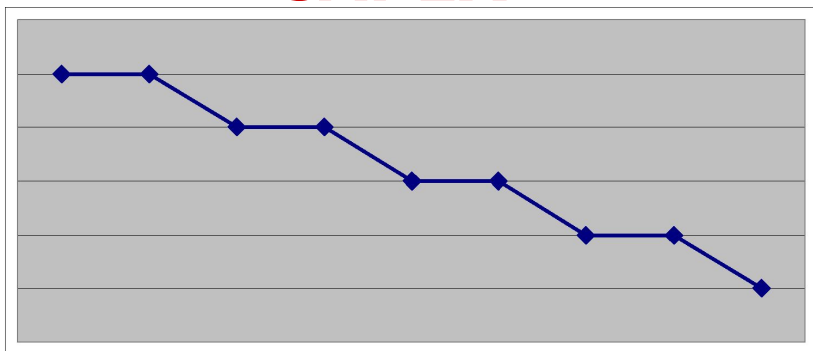
# Рынок насыщен?

---

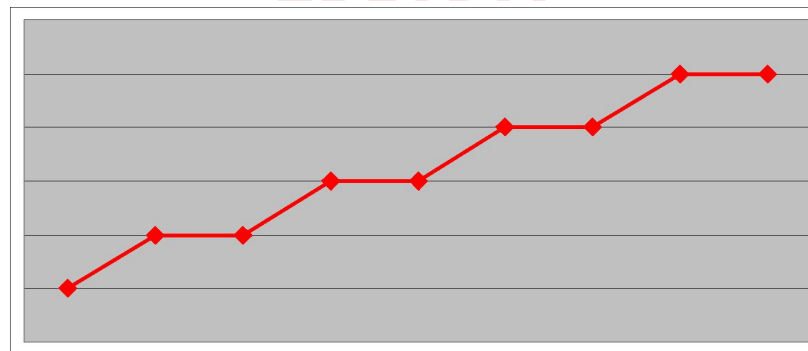
## Все признаки насыщения рынка

- ❑ Можно прекратить инвестиции (и бурное развитие)
- ❑ Пора сократить расходы
- ❑ Время увеличивать прибыль!

### CAPEX



### EBITDA



# Стратегия

---

## Железная логика

- **Замораживание развития**
- **«Расслабление» персонала**

**Внутренняя логика далека от реальности  
Так думают не все!**

---

# Конкуренция

---

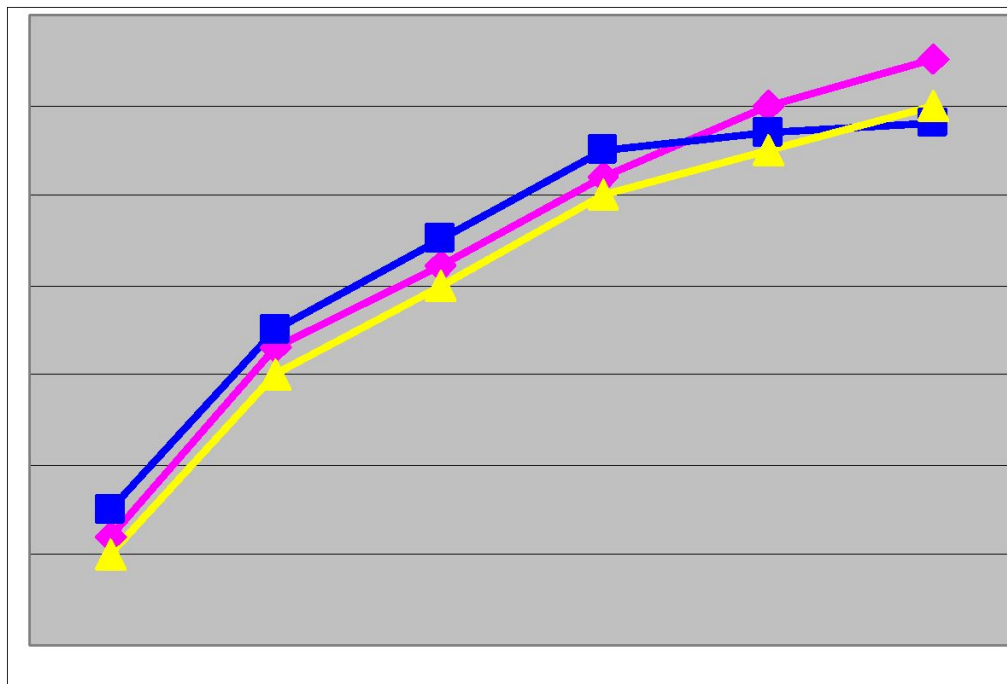
## Рынок не перестал расти!

- **Инициативу перехватывает конкурент:**
    - Не пропустит такой возможности
    - Продолжает активно инвестировать
    - Правильно определяет состояние/слабость «Героя»
    - Активизирует свои действия в направлении слабых зон «Героя»
-

# Падение «Героя»

---

- На фоне слабеющего «Героя» конкурент быстро развивается
- «Герой» теряет рынок и доверие потребителей и партнёров



## **Как можно было сделать такую ошибку?**

---

**Поверхностное толкование состояния рынка**

**Ошибочная оценка перспектив развития**

**Неправильно выбранная стратегия**

---

**Смещение акцентов и целей**

**Низкая эффективность**

---

**Демотивация персонала**

**СТАГНАЦИЯ**

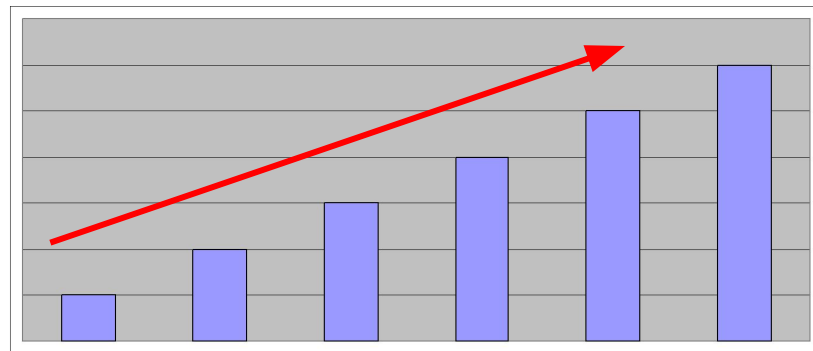
---



# Повержение Супер-Бренда/Супер-Продукта

---

- **Вход на рынок (международного) Супер Бренда/Супер-Продукта**
- **Быстрое заполнение рыночной ниши/пространства**

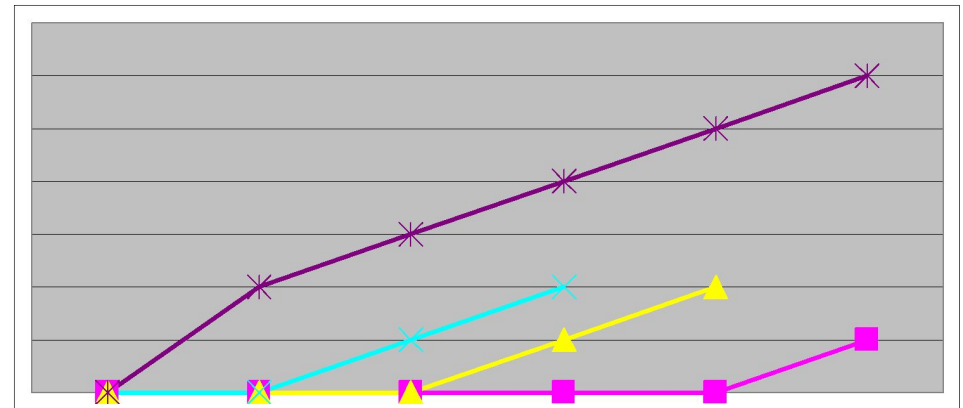


- **Рынок продолжает расти – все счастливы**
  - **Достойной конкуренции нет.**
-

# Продолжение роста рынка

---

- **Рынок, «открытый» Супер  
Брендом/Супер Продуктом, резко  
расширяется**
- **Расширение ассортимента и брендов на  
рынке**
- **Рост и расширение потребления**



# Стратегия

---

## Потенциал Роста Рынка и Лидерство

- Искусственное ограничение развития бизнеса

Отсутствие связи с реальным рынком  
*\*характерно для Западных компаний\**

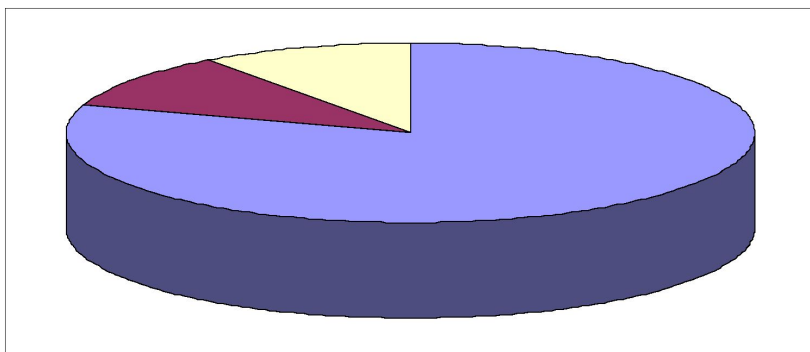
---

# Лень порождает конкуренцию

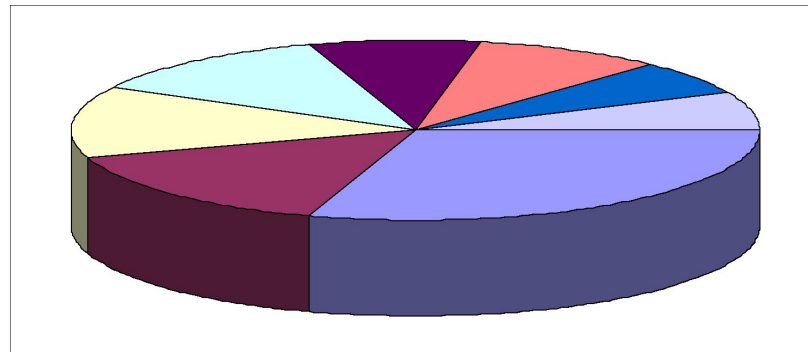
---

- ❑ Быстрое заполнение рынка ассортиментом
- ❑ Появление и развитие новых продуктов
- ❑ Резкое расширение количества и глубины ниш

**ДО**



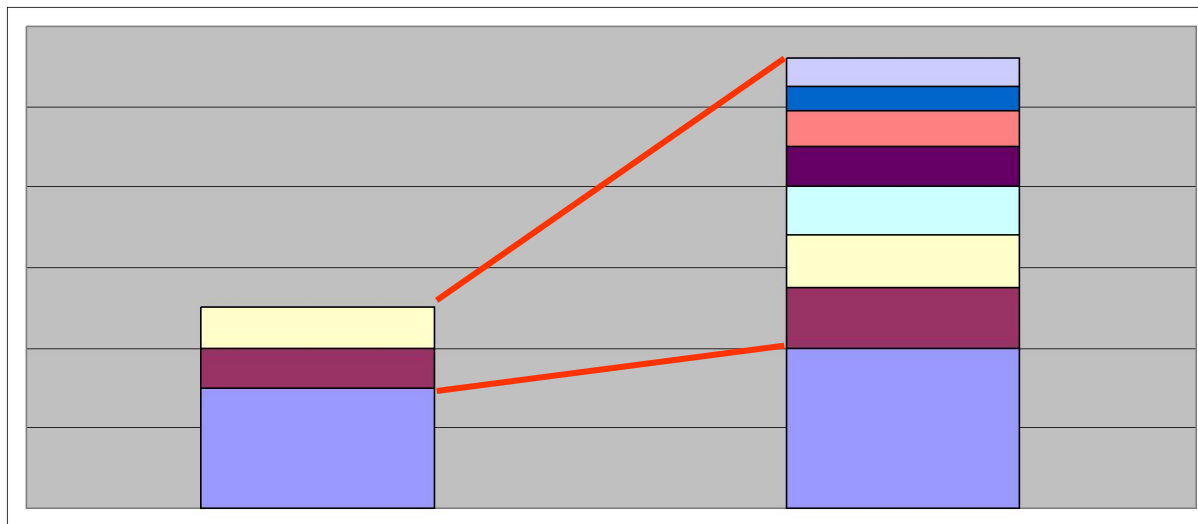
**ПОСЛЕ**



# Конкуренция отъедает долю

---

- ❑ **Оттеснение Супер-Бренда/Супер-Продукта в нишу**
- ❑ **Падение доли рынка Супер-Бренда/Супер-Продукта**
- ❑ **Торможение роста Супер-Бренда/Супер-Продукта**
- ❑ **Потеря шанса возглавить рост рынка**



# **Горе от ума**

---

**Удалённость управленческой функции**

**Бюрократизм организации**

**Недальновидность стратегии**

**«Лень» штаб-квартиры**

**СТАГНАЦИЯ**

---

***Василь Лацанич***

---

***Спасибо за внимание!***