



xiaomi

# Xiaomi

Презентацию подготовил

Гуань Цао, Лю Фань,  
Чжан Чжисян, Иван  
Герасимов

# О компании

Компания Xiaomi начала свою деятельность в 2010 году с разработки Android-прошивки MIUI, после чего переключилась на создание электроники.

Xiaomi — компания уникальная и работает не так, как большинство китайских брендов электроники: есть подлинная философия дизайна, обеспечены высочайшие стандарты производства, разработана своя оригинальная оболочка для Android и, конечно же, постоянно ведется разработка собственных топовых технологий и железа, которые незамедлительно применяются в новейших гаджетах.



# Технологии

Ключевой ценностью компании стало то, что хорошие и высокотехнологичные устройства не должны стоить целое состояние. И Xiaomi на деле воплощает эту ценность в соотношении высочайшего уровня качества продуктов с действительно невысокой ценой, что практически сразу вывело молодую компанию по уровню продаж и популярности в один ряд с самыми известными мировыми производителями мобильных устройств.



# SWOT-анализ

## Сильные стороны

- Один из крупнейших производителей смартфонов;
- Самый продаваемый смартфон;
- Применение прогрессивных технологий

## Возможности

- Выход на новые рынки;
- Умирающая потребность дорогой продукции(итог-смартфоны компании станут популярнее)

## Слабые стороны

- Низкие расходы на рекламу;
- Отсутствие точек продаж в ряде стран;
- Оффлайн продажи

## Угрозы

- Конкуренция и вытеснение с рынка другими игроками;
- Нехватка сервисных центров может вызвать неудовлетворение клиентов.

# PEST-анализ

## Политическая

Xiaomi подвергается воздействию всех глубоко политических законов о торговле и импорте между Китаем и другими частями мира

## Социальная

С социокультурной точки зрения желание владеть и использовать мобильные устройства также растет. Это еще одна причина, по которой производители бытовой электроники, такие как Xiaomi, очень востребованы. Мало того, что все больше и больше людей могут себе позволить такие гаджеты, как смартфоны, все больше и больше людей хотят эти гаджеты.

## Экономическая

С экономической точки зрения, сейчас самое подходящее время для того, чтобы быть на рынке бытовой электроники. С ростом располагаемых доходов у потребителей появляется все больше и больше денег на устройства, которые они раньше не могли себе позволить.

## Технологическая

Продукция Xiaomi считается достаточно технологичной. Многие пользователи впечатлены высокими техническими характеристиками, которые производитель может упаковать в такое удобное для кошелька устройство.

Группа «М.Видео-Эльдорадо» в рамках развития стратегического сотрудничества с брендом Xiaomi внедряет первый в России формат партнерской бренд-розницы.

Основной ассортимент формирует цифровая техника Xiaomi, дополненная мультибрендовыми товарами из других категорий. «М.Видео» обеспечивает весь цикл клиентской поддержки и персонализированного сервиса и онлайн, и в магазинах в рамках технологий OneRetail, финтех-решения, логистические операции, постпродажное обслуживание. Таким образом, Xiaomi получает все ритейл-процессы «под ключ» для оптимального контакта с потребителями и представления всех преимуществ своих продуктовых линеек.

Розничные магазины «М.Видео-Xiaomi» становятся частью экосистемы «М.Видео-Эльдорадо», они действуют как пункты выдачи товаров любых производителей, заказанных онлайн, а также логистические хабы для курьерской или экспресс-доставки. Xiaomi получает ряд инструментов для полного покрытия потребностей широкой аудитории: точки для эксклюзивной демонстрации фокусных продуктов, прямого контакта, построения персонализированных отношений с аудиторией и повышения узнаваемости, фулфилмент и технологические инструменты для эффективного развития продаж.



Спасибо за внимание!