

Развитие бизнеса на падающем рынке

Мария[®]
Кухни

Едим Дома!
· МАСТЕРСКАЯ КУХОННОЙ МЕБЕЛИ ·

Вадим Абрамов
Коммерческий директор
Мебельная Фабрика "Мария"
22 ноября 2017



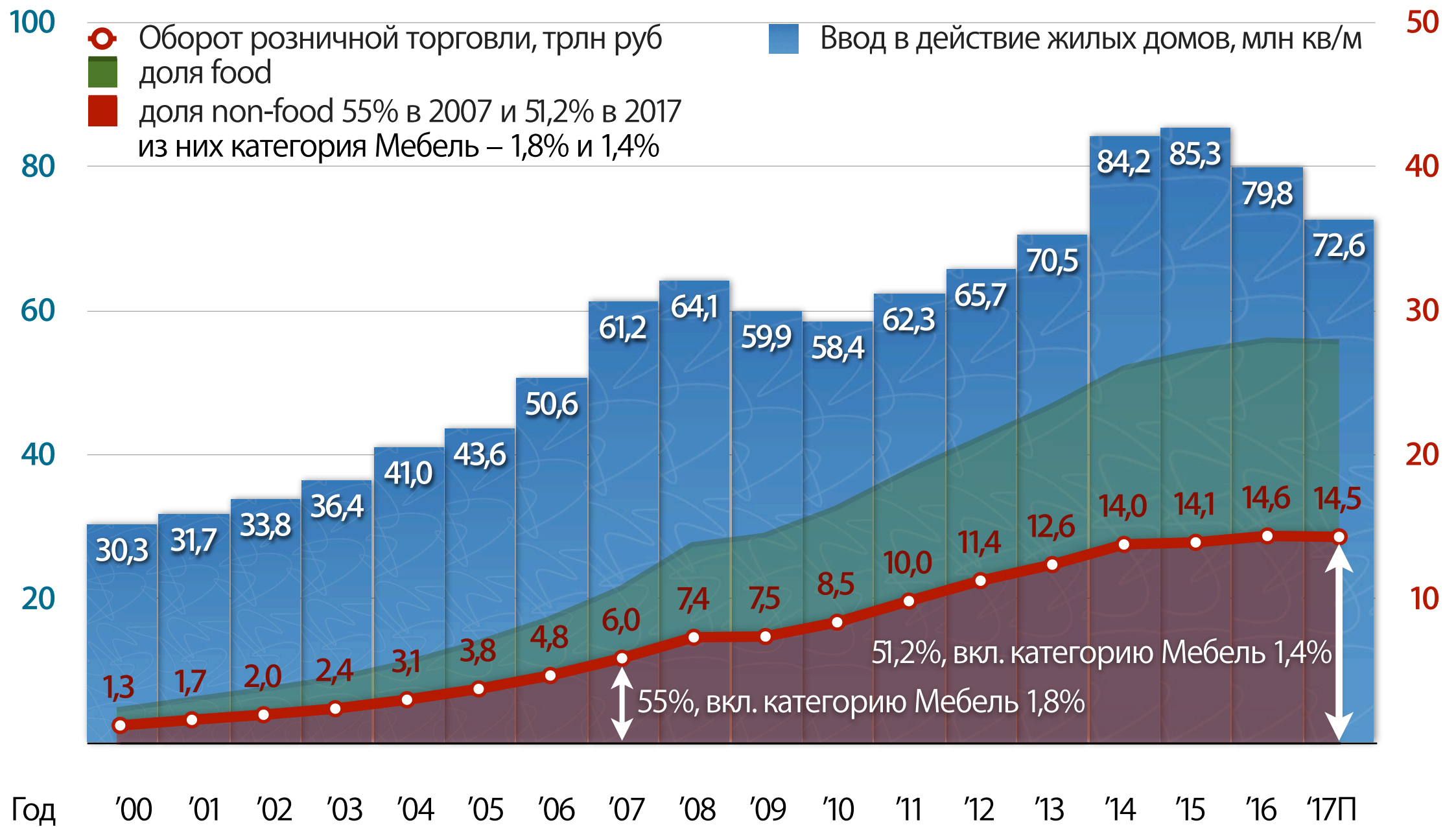
Мебель для кухни

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ И РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ



Мебель для кухни

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ И РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ



Инфляция 20,1 18,8 15,1 12,0 11,7 10,9 9,0 11,9 13,3 8,8 8,8 6,1 6,6 6,5 11,4 12,9 5,4 3,2

Цена м², тыс руб 8,7 10,6 12,9 16,3 20,8 25,4 36,2 47,5 52,5 47,7 48,1 43,7 48,2 50,2 51,7 51,5 53,3 52,2



Мебель для кухни

ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ И РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Поведенческие тренды при снижении покупательской способности

1/ более умеренное потребление при наличии такой возможности

2/ переход на более дешёвые бренды в средних ценовых сегментах

– *ЭКОНОМ:*

высокая чувствительность к цене, переход практически невозможен

– *средний:*

высокая чувствительность к цене, переход в эконом, редко в “средний плюс”

– *средний плюс:*

умеренная чувствительность к цене, переход в сегменты ниже

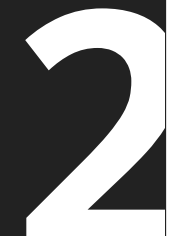
– *премиум:*

слабая чувствительность к цене, стабильное потребление



Каналы сбыта

кластеризация рынка и клиентских потоков



Каналы сбыта

кластеризация рынка и клиентских потоков

Собственная розничная сеть

мониторинг ключевых статистических показателей для оценки экономического потенциала регионов присутствия и наиболее перспективных рынков сбыта

формирование целевой карты покрытия наиболее ёмких и высоконкурентных регионов, требовательных к наличию внутренних ресурсов

Дилерская сеть / Франшиза

покрытие регионов с относительно низким конкурентным составом, но наличием достаточной покупательской способности целевой аудитории

адаптация продуктовой линейки, маркетинговых активностей и ценообразования под локальные рынки для наиболее эффективного захвата целевой доли рынка

Партнёрские программы

привлечение розничных сетей смежных продуктовых групп с большим трафиком для дополнительного охвата целевой аудитории

развитие корпоративных продаж, освоение новых каналов сбыта в комплементарных сегментах рынка

В Адаптивность бизнеса

эффективное применение инструментов 5P



Адаптивность бизнеса

эффективное применение инструментов 5P

Promo

поддержание наиболее эффективных рекламных каналов для формирования прямых продаж на федеральном и локальном уровнях, имиджевая реклама для привлечения новых дилеров

Product

формирование конечного продукта под потребности меняющегося рынка с учётом локальной конкуренции и реакции регионов присутствия на кризис

Price

поиск и сохранение баланса маржи в цепочке “производитель – розница – потребитель” с наличием возможностей для развития бренда и достаточной доходности в каналах сбыта

People

в поиске персонала ставка на агрессивных сейлзов с обучением дизайну (но не наоборот), тонкая настройка системы мотивации под конкретные цели региона по продажам и марже

Place

построение целевой карты покрытия на основе экономической оценки регионов и изучения арендного рынка по ставкам / площадкам в наиболее перспективных для бизнеса локациях

Q&A

Вадим Абрамов
Коммерческий директор
Мебельная Фабрика "Мария"
22 ноября 2017