

A photograph showing a woman's legs from the knees down, wearing bright red suede high-heeled shoes. She is sitting on a wooden chair, and her hands are resting on her lap, holding the heels of her shoes. She is wearing several gold bangles on her right wrist and a ring on her finger. To the right, a portion of a light-colored suitcase is visible. The floor is made of dark wood planks.

# Разработка стратегического плана маркетинга

**Работу выполнили: Колчанова  
С., Симакова Т., Тарасенко М.,  
Левандовская Е., Сологуб П.**

## О компании

- Название- ***SmartShoe***
- Миссия- завоевывать любовь и признательность женщин благодаря идеальному сочетанию стиля и комфорта для создания ярких и модных образов.



# О товаре

- К одной паре обуви можно крепить разные виды каблуков: рюмочку, шпильку или устойчивый каблук.
- Каблуки пристегиваются с помощью практичной защелки.



# Потребители

- Женщины 20-35 лет, с доходом выше среднего, ведущие активный образ жизни



# Потребительская ценность SmartShoe

- **высококачественные материалы**
- **инновационный характер изделия**
- **дизайн, объединяющий красоту и удобство**
- **наличие эксклюзивных характеристик**
- **большой срок гарантии**

# Модель McKinsey 7S



# Жизненный цикл (McKinsey 7S)

Стратегия	Постепенный охват рынка текущим ассортиментом
Структура	Простая орг. структура с централизованной властью
Система управления	Система обработки заказов и работы с клиентами, слабая система управления персоналом.
Сумма навыков	Есть несколько сотрудников с узко специализированными навыками работы. Необходимо улучшать управленческие и аналитические навыки.
Состав работников	Есть несколько свободных раб. мест, сотрудники компании исполняют несколько функций одновременно.
Стиль взаимоотнош-	Демократичный
Система ценностей	Строить открытые и честные отношения посредством обмена информацией, не останавливаться на достигнутом и стремиться к большему.

# Анализ микросреды. 5 сил Портера

- Угроза появления новых конкурентов-3
- Угроза появления товаров-заменителей- 1
- Рыночная власть поставщиков-3
- Рыночная власть потребителей-4
- Конкуренция в отрасли- средняя



# Анализ макросреды. PEST-анализ

## Политико-правовые

Изменение законодательства	+6	-4
Вступление в межгосударственные структуры	+6	-4
Политическая стабильность в стране	+6	-4
Государственное регулирование конкурентной борьбы	+4	-6

## Экономические

Уровень ВВП и динамика покупательской способности	+4	-6
Инфляция	+3	-7
Динамика национальной валюты	+5	-5
Уровень безработицы	+6	-4
Развитие производства	+6	-4

# Анализ макросреды. PEST-анализ

## Социальные

Изменение в базовых ценностях	+6	-4
Изменение в стиле жизни	+7	-3
Демографические изменения	+7	-3
Уровень образования	+6	-4
Влияние СМИ	+7	-3

## Технологические

Тенденция развития НИОКР	+7	-3
Развитие технологий	+6	-4
Новые продукты	+8	-2

# SWOT-анализ (2 часть)

Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Отсутствие аналогов</li><li>2. Рост таможенных пошлин на иностранные товары</li><li>3. Возможность освоения новых рынков</li><li>4. Курс на импортозамещение</li><li>5. Изменение в стиле жизни</li><li>6. Развитие Интернет-технологий</li><li>7. Смена тенденций</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Снижение покупательской способности населения</li><li>2. Возможность появления новых игроков</li><li>3. Увеличение издержек в отрасли</li><li>4. Влияние поставщиков</li></ol>

# SNW- анализ

7S	S	N	W
<b><u>Стратегия:</u></b>			
Стратегия развития продукта	X		
Каналы дистрибуции			X
Послепродажное обслуживание	X		
Стратегические альянсы		X	
Отношения с гос. органами		X	
Конкурентоспособность товара	X		
Торговая марка	X		
Структура затрат		X	
Способность компании к лидерству		X	
Инновации	X		
<b><u>Структура:</u></b>			
Организационная структура			X
Степень вертикальной интеграции			X
Уровень производства	X		

# SNW- анализ

7S	S	N	W
<b><u>Система управления:</u></b>			
Уровень менеджмента			X
Уровень маркетинга			X
Финансы			X
Информационные технологии			X
<b><u>Сумма навыков:</u></b>			
Способность сотрудников к лидерству	X		
Качество персонала	X		
<b><u>Состав работников:</u></b>			
Численность персонала			X
Текучесть кадров		X	
<b><u>Система ценностей:</u></b>			
Корпоративная культура			X
Репутация отсутствует		X	

# Перекрестный SWOT-анализ

	Сильные стороны	Слабые стороны
<b>Возможности</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Благодаря конкурентоспособности товара и отсутствию аналогов стать лидером</li><li>2. Разрабатывать новые товары для завоеванных рынков исходя из тенденций</li><li>3. Благодаря освоению новых рынков можно получить эффект от масштаба</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Развивать маркетинг в компании при помощи интернет-технологий</li><li>2. Использовать поддержку гос-ва для преодоления фин. неустойчивости</li><li>3. Развивать дистрибуцию вместе с освоением новых рынков</li></ol>
<b>Угрозы</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Защищая технологии и торговую марку можно снизить вероятность появления новых игроков</li><li>2. Благодаря аутсорсингу можно сэкономить на производственных издержках</li><li>3. Высокий уровень послепродажного обслуживания повышает желание потребителей покупать даже в кризис</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Необходимость установления долгосрочных отношений с поставщиками</li><li>2. Необходимость совершенствования орг. структуры для сокращения издержек</li><li>3. Необходимость формирования орг. культуры для повышения эффективности работы персонала и конкурентоспособности компании</li></ol>

# Сильные стороны и Возможности

## ***1. Благодаря конкурентоспособности товара и отсутствию аналогов стать лидером***

- Создание узнаваемого бренда за счет грамотного продвижения
- Создание узнаваемого бренда за счет выпуска капсульных коллекций совместно с российскими дизайнерами

## ***2. Разрабатывать новые товары для завоеванных рынков исходя из тенденций***

- Исследование неосознанных потребностей
- Привлечение в компанию модного аналитика
- Расширение ассортимента

## ***3. Благодаря освоению новых рынков можно получить эффект от масштаба***

- Выход на рынок Москвы, азиатский и европейский рынок
- Выход в Интернет-аудиторию

# Стратегические неопределенности

- Каким будет спрос на товар?
- 1. Как потребители воспримут товар?
- 2. Насколько рынок чувствителен к цене?
- 3. Какие могут появиться технологии, способные повлиять на товар?



# Субрынки женской обуви



# Тенденции рынка обуви

- У женщин по частоте покупок в сезоне «Весна-лето» лидируют туфли (39%).
  - В осенне-зимнем сезоне большим спросом помимо туфель (21%) пользуются полусапоги (27%) и ботильоны (25%)

# Структура ценовых сегментов обувного рынка\*

Ценовые сегменты		Среднее ценовое позиционирование (руб. за пару)		
Upper	15%	Pret-a-porter de luxe	4%	от 15 000
		Pret-a-porter designers	5%	10 000 - 15 000
		Bridge diffusion labels	6%	7000 - 10 000
Middle	35%	Better	10%	5000 - 7000
		Contemporary (Good)	25%	3000 - 5000
Low	50%	Moderate	40%	1500 - 3000
		Budget	10%	до 1500

\*- согласно Fashion Consulting Group

# Устойчивые конкурентные преимущества:

- Инновационность
- Качество
- Доп. Сервис
- Ориентация на покупателя и обратная связь
- Непрерывные товарные инновации
- Эффективное, гибкое производство/адаптация к запросам покупателей



# Альтернативные стратегии бизнеса

## Фокусирование:

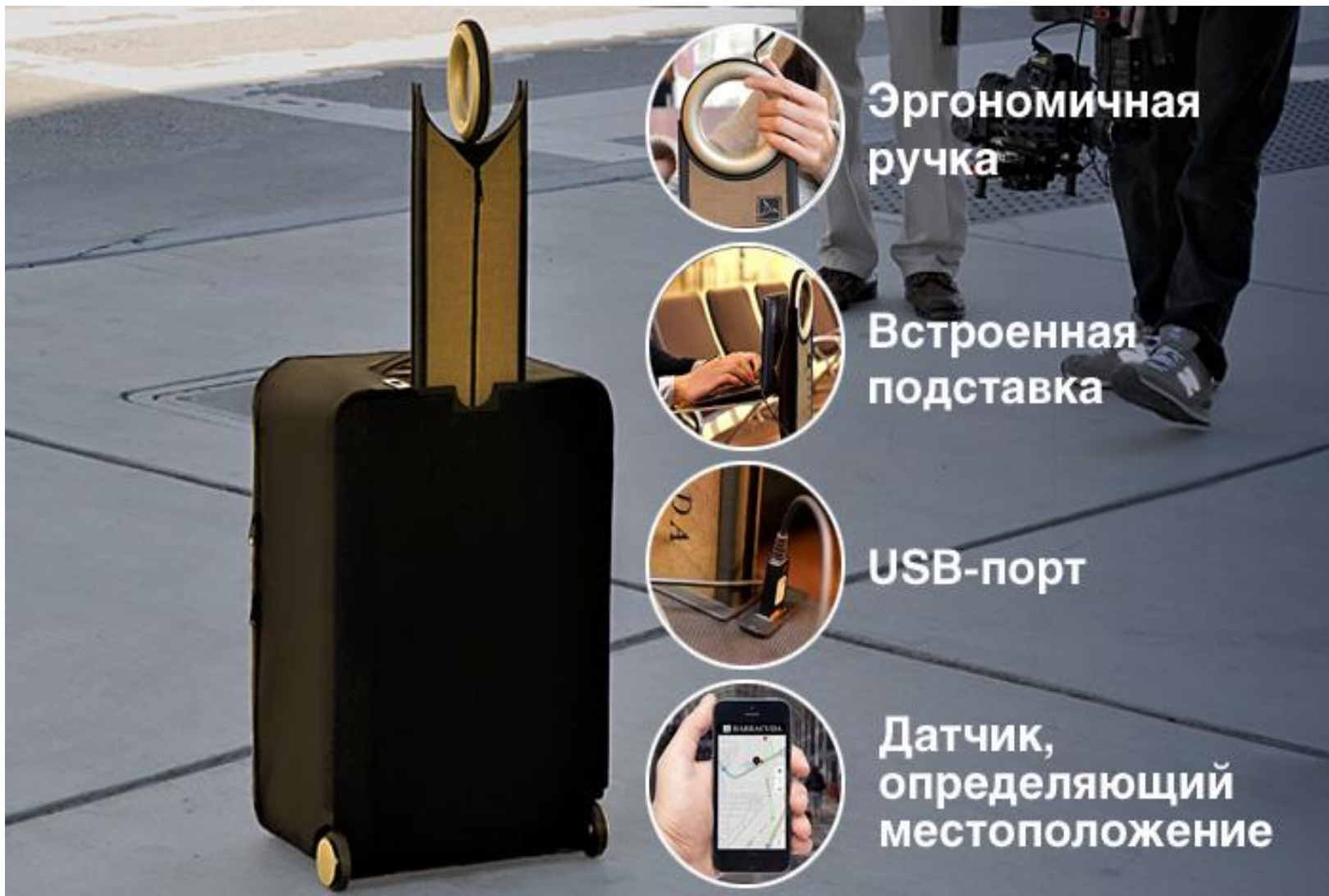
- удовлетворение специальных требований узкого круга потребителей
- решение проблемы ограниченности фин. ресурсов
- КФУ- обладание интеллектуальными правами на технологии

# Альтернативные стратегии бизнеса

## Инновационность:

- инвестиции в исследования и разработки (удовлетворение неосознанных потребностей)
- применение современных технологий (напр. виртуальная примерка)
- Отслеживание перспективных стартапов в области моды для сотрудничества

# Чемодан-гаджет Barracuda





# Сумка-конструктор Modifique



Аксессуары:

- различные ручки
- внутренности
- внутренние карманы
- коврики
- декор. наклейки из шерсти и меха
- и пр.



меховые аксессуары для сумок  
от modifique...



# Инновационные решения



Очки-  
трансформер  
ы



Перчатки-  
трансформер  
ы



Ручки-пояса

# Альтернативные стратегии бизнеса

## Дифференциация:

- по характеристикам товара (уникальные свойства, качество исполнения)
- через сервисное обслуживание
- через коммуникацию (креативная концепция маркетинга)
- в сбыте (создание сети монобрендовых бутиков в ТЦ, создание мобильного приложения)

# Альтернативные стратегии бизнеса

## Атрибут товара:

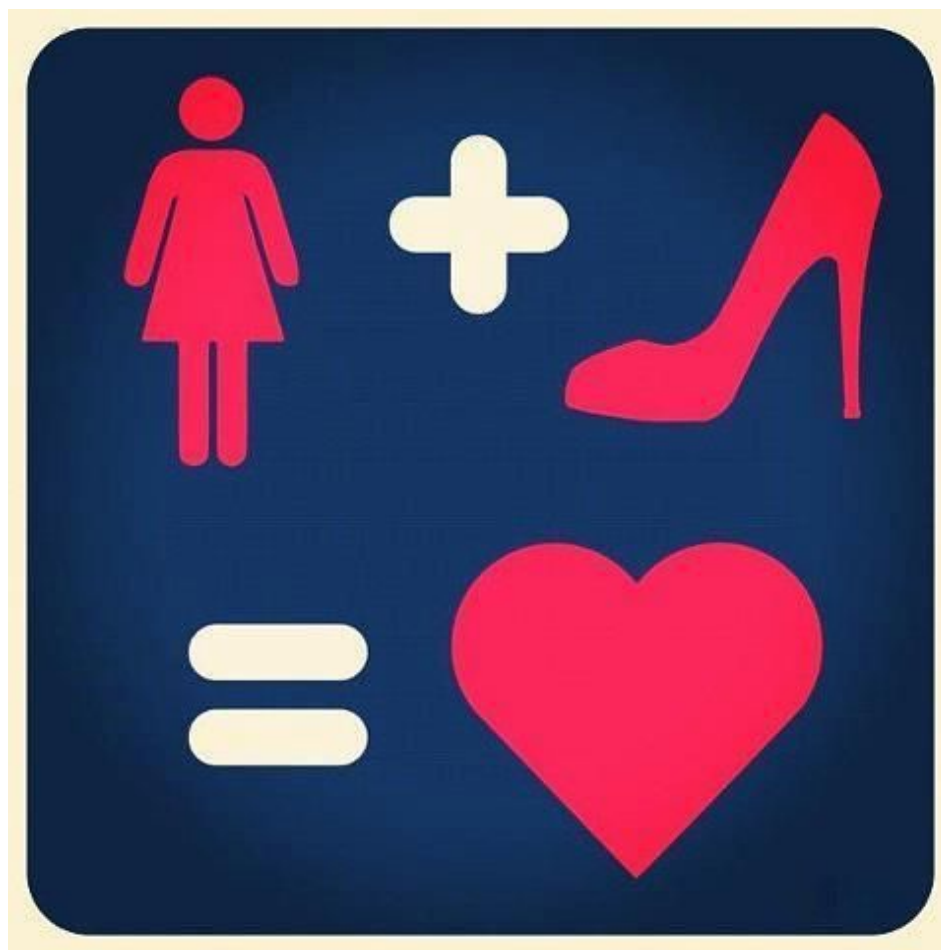
- Функциональность как главный атрибут товара
- Оформление патента
- Создание торговой марки
- Расширение концепции на другие аксессуары

# Альтернативные стратегии бизнеса

## Дизайн товара:

- Возможность самовыражения потребителя
- Создание собственного подразделения по разработке дизайна
- Сотрудничество с известными дизайнерами

● Спасибо за внимание!



# SWOT-анализ???

Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Расширение и освоение новых рынков</li><li>2. Расширение ассортимента</li><li>3. Создание узнаваемого бренда</li><li>4. Новые потребности, мода, в т.ч. потребности неосознанные</li><li>5. Выход в интернет-аудиторию</li><li>6. Долгосрочное сотрудничество с поставщиками</li><li>7. Смена тенденций</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Повышение издержек в условиях нестабильной экономической ситуации</li><li>2. Необходимость баланса между более доступной линией и коллекцией топ-уровня и сохранение репутации премиум-сегмента</li><li>3. Появление конкурентов</li><li>4. Изменение правового и налогового регулирования</li></ol>

# SNW- анализ???

Сильные стороны	Нейтральные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Соответствующая стратегия</li><li>2. Конкурентоспособность товара</li><li>3. Инновации</li><li>4. Послепродажное обслуживание</li><li>5. Уровень производства</li><li>6. Качество персонала</li><li>7. Качество торговой марки</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Структура затрат</li><li>2. Способность компании к лидерству</li><li>3. Репутация компании пока отсутствует</li><li>4. Отношения с органами гос. власти</li><li>5. Стратегические альянсы</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Организационная структура не совершенна</li><li>2. Финансовая неустойчивость</li><li>3. Уровень менеджмента невысокий</li><li>4. Уровень маркетинга</li><li>5. Корпоративная культура еще не сформировалась</li><li>6. Информационные технологии</li><li>7. Каналы дистрибуции</li><li>8. Степень вертикальной интеграции низкая</li></ol>