



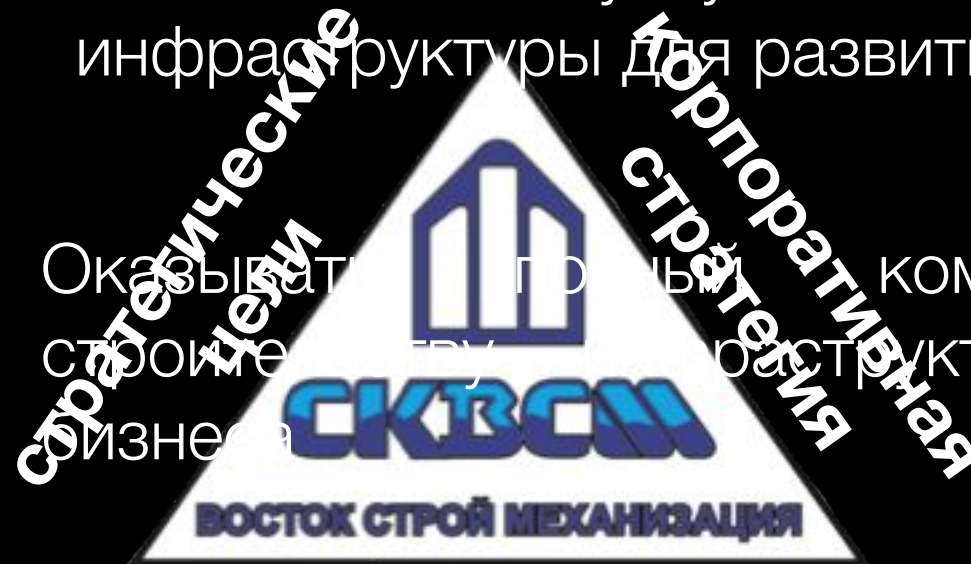
**Разработка программы маркетинговых мероприятий
по продвижению щебня и другой продукции компании**

Восток Строй Механизация

СКВКСМ

с целью увеличения объема продаж

Оказывать услуги по строительству
инфраструктуры для развития бизнеса

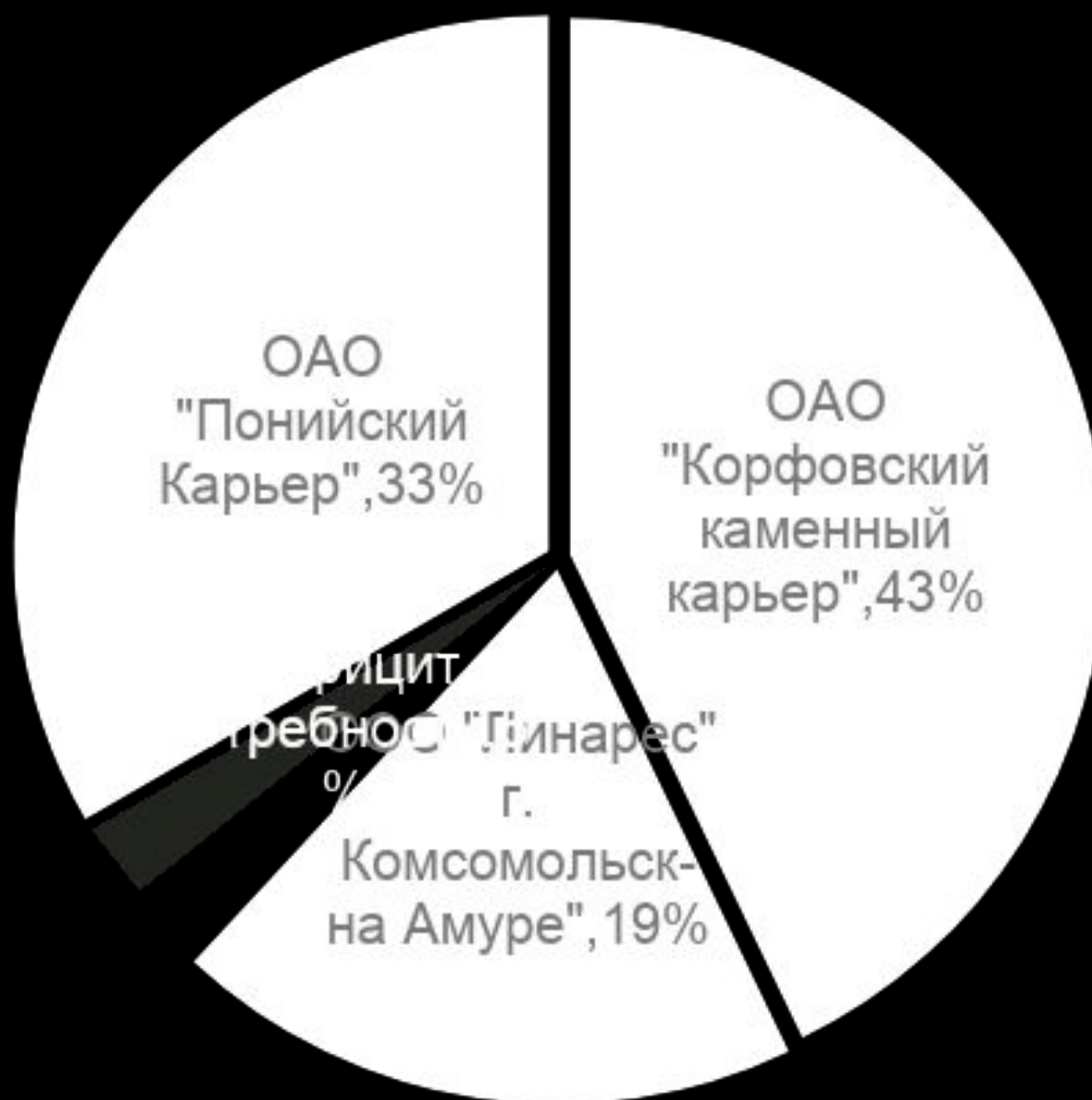


Оказывать комплекс услуг по
строительству инфраструктуры для развития
бизнеса

МИССИЯ

Увеличить прибыль компании на 25% за 2 года
Обеспечить 25 % от суммы заказов от
организаций не входящих в состав
ОАО «РЖД» до 2019 года
Уменьшить себестоимость продукции
щебеночной продукции до 30% до 2018 года

Основные игроки на рынке поставки щебеночной продукции до 2014 г.



Основные игроки на рынке поставки щебеночной продукции в 2014 г

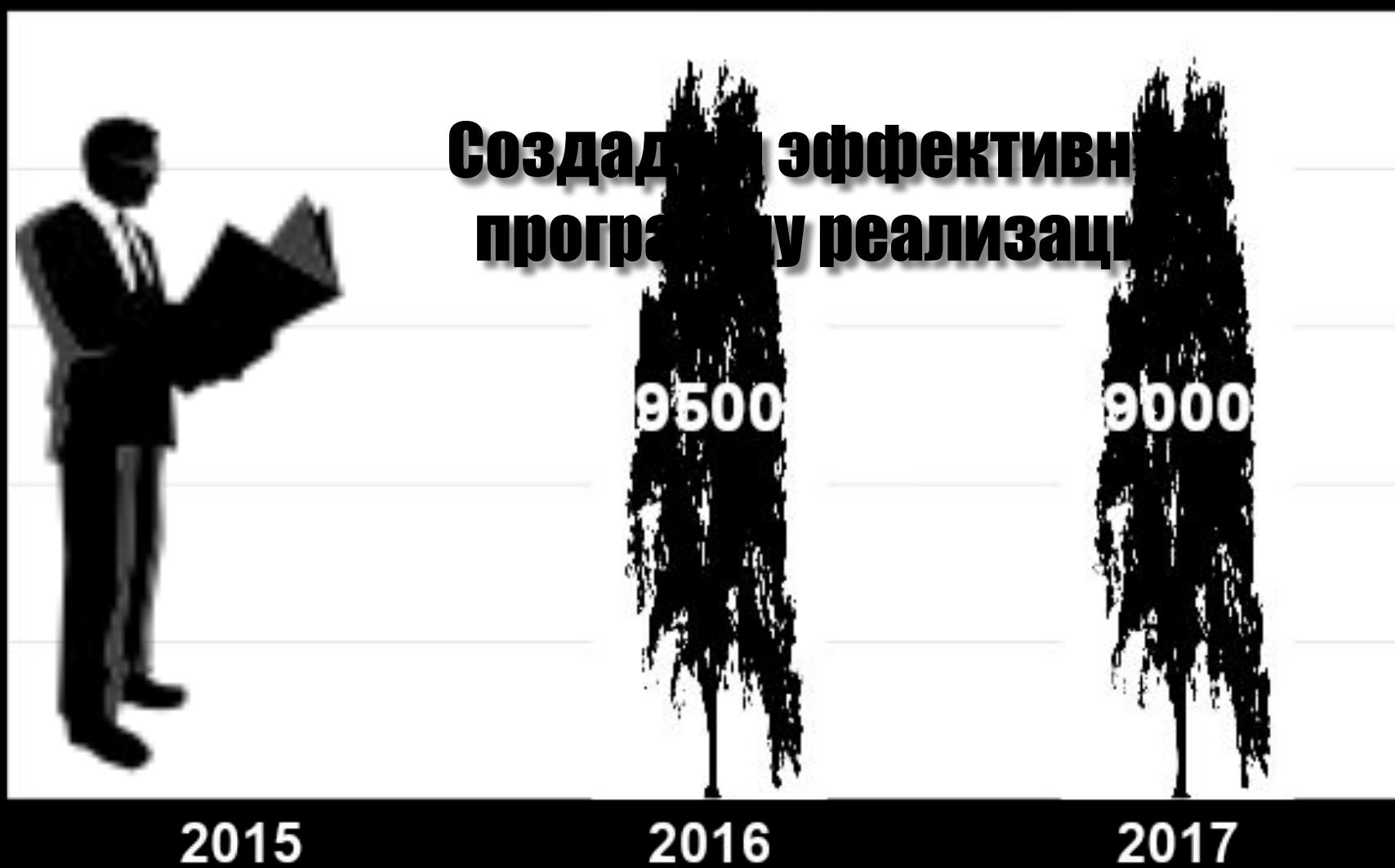


600000 т/год

Производительность нового карьера

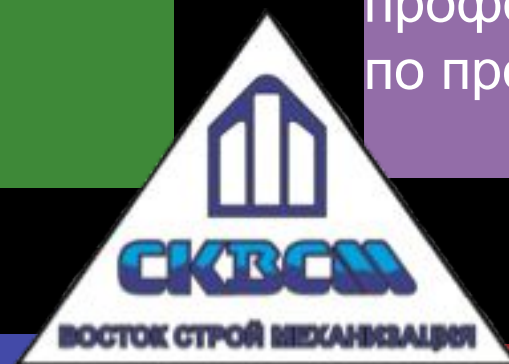


Собственные потребности в щебне



Сильные стороны
Очень прочная горная порода
Преимущества в логистике

Слабые стороны
Отсутствие наработанных
каналов сбыта
Отсутствие в штате
профессиональных менеджеров
по продажам



Возможности
Снижение рекламных издержек за
счет участия в совещаниях с
потребителями по реализации
северного широтного хода.
Использование
административного ресурса

Угрозы
Нехватка мощностей из за
увеличения объема собственных
работ
Сокращение инвестиционной
программы на 2016-2017 гг

Сильные стороны

Слабые стороны

**Цель до 2017 года выйти на
объем продаж 390000 м3 в год.**

Возможности

Угрозы

7P

Продукт
Цен

а Продвижени

е

Место распространения

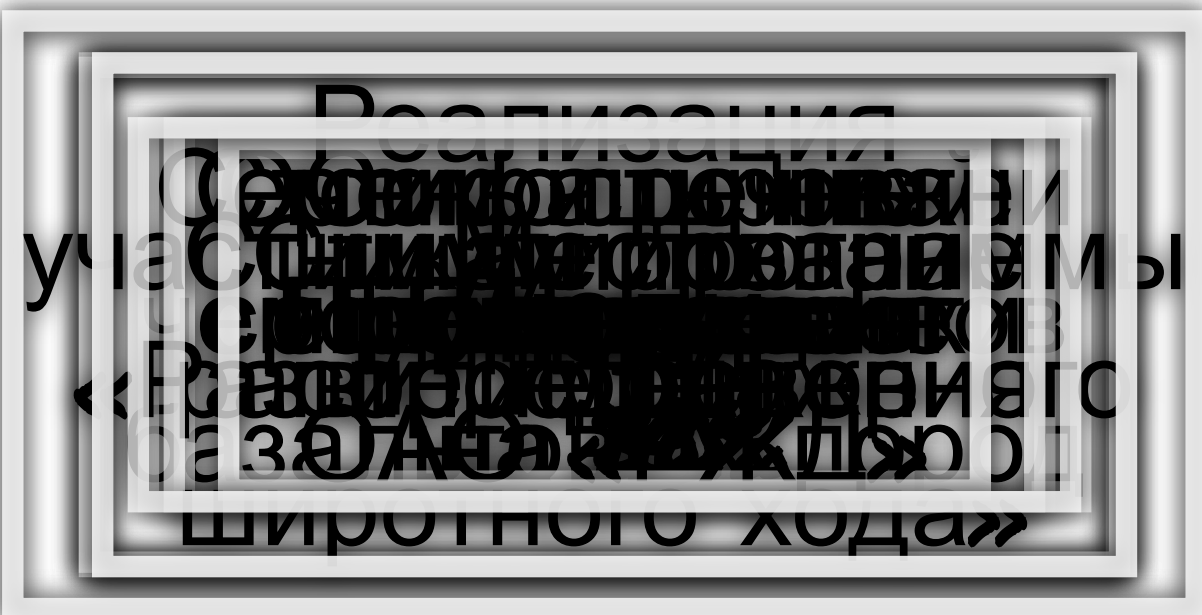
Люди

Процесс

ы

Презентация

Объем продаж



[illegible]

[illegible]

[illegible]

Открытие нового направления в ООО СК "ВСМ"

Снизить себестоимость щебня производимого для
собственных нужд на 45%

Получить дополнительную прибыль от реализации
щебня

Литература

1. <http://powerbranding.ru/pozitsionirovanie/senouoe/>
2. Филип Котлер: Маркетинг по Котлеру: Как создать, завоевать и удержать рынок
3. <http://powerbranding.ru/osnovy-marketinga/4p-5p-7p-model/5>.
<http://fd.ru/articles/6185-otsenka-stoimosti-kompanii-razrabotka-modeli-i-ee-primenenie>
4. <http://marketolog.biz/push-&-pull-page-65.html>
5. «Основы маркетинга и совмещенная маркетинговая концепция». Кусинич А.И., МБС.
6. «Ценообразование», Кусинич А.И., МБС, конспект лекций.
7. «Продвижение», Стерхова С.А., МБС, конспект лекций.
8. «Место распространения», Стерхова С.А., МБС, конспект лекций.
9. «Маркетинг услуг», Матушкина Т.В., МБС, конспект лекций.