

The background is a dark blue, embossed texture. At the top, there is a building facade with the words "FORD MOTOR COMPANY" visible in a stylized font. Below the building, a vintage open-top car is depicted, facing right. The car has large spoked wheels and a boxy body. The overall aesthetic is classic and industrial.

FORD MOTOR COMPANY

Генри Форд

- Родился 30 июля 1863 года в Дирборне, штат Мичиган
- В 1893 году (в 30 лет) сконструировал свой первый одноцилиндровый двигатель, работавший на бензине
- В 1896 году - построил свой первый автомобиль - легкую повозку с двухцилиндровым двигателем



FORD MOTOR COMPANY

- Создана в 1903 году Генри Фордом при помощи 11 инвесторов как фирма по мелкосерийному производству автомобилей
- Уставный капитал составил 150 тысяч долларов, из которых наличными - только 28 тысяч
- Первый автомобиль продан через месяц доктору Е. Пфеннинг из Чикаго, который прочёл рекламу о том, что фирма Ford предлагает «самый совершенный и простой автомобиль, которым может управлять даже 15-летний мальчик!»



Кризис 1905 года

- **ПРЕДПОСЫЛКИ**

- Разногласие между учредителями (внутренние)
- Конкуренция на рынке (внешние)

- **ПРОТИВОРЕЧИЯ**

Компаньоны

- получают дивиденды
- настаивают на выпуске дорогих автомобилей

Генри Форд

- часами просиживает в конструкторском бюро
- следит за работой цехов
- мечтает о машине для каждого

Цель

- ✓ Получить контрольный пакет акций (имеется 25 %)
- ✓ Сделать автомобиль доступным

Стратегия



Модернизация производства



**Разработка новой
доступной модели**



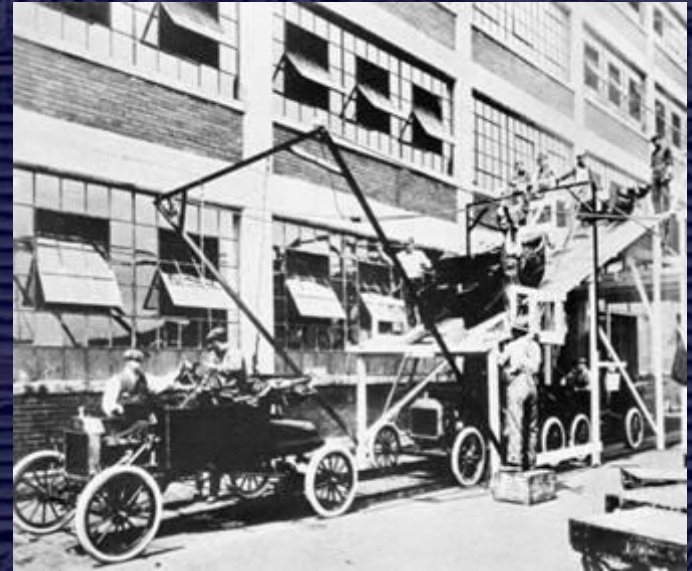
**Расширение целевой
аудитории**



**Новая маркетинговая
политика**

Тактика

✓ Внедрение конвейера



— некий Вильям Клэнн рассказал мистеру Генри про «разборную линию» на чикагской скотобойне, где туши животных разделялись с поразительной скоростью благодаря четкому разделению операций между мясниками. После недолгих консультаций Форд решает ввести нечто подобное и у себя — правда линия теперь стала сборной, а место скотины занял автомобиль.

✓ Ford T (Tin Lizzy - Жестянка Лиззи)

- Мощность в 20 л.с.
- Скорость до 72 км/ч.
- Четырехцилиндровый двигатель объемом 2895 куб. см. агрегирован со сцеплением и коробкой передач
- Руль слева, а не посередине
- В передней подвеске две полуэллиптические продольные рессоры вместо одной поперечной



✓ Ценовая политика

Конкуренты Ford

\$ 1100-1700

\$ 825-850

люкс до

\$ 2500-3000

Средняя зарплата - \$ 100 в месяц

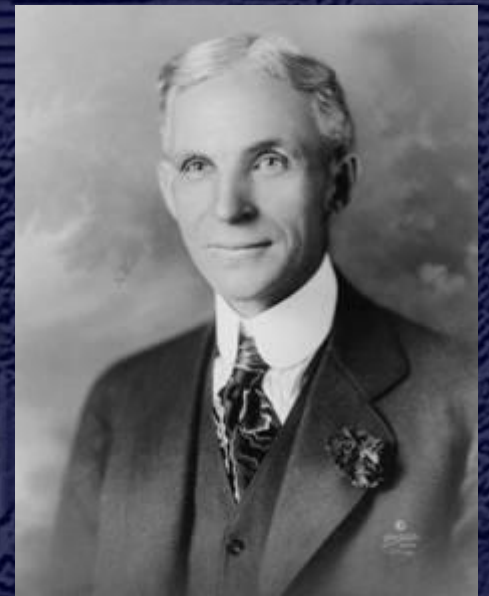
✓ Маркетинговая политика

- Создание дилерской сети
- Широкая рекламная компания
- Создание автоклубов

Результат

1906 год

- Александр Малколмсон покинул компанию, продав свою долю Форду
- Генри Форд держатель контрольного пакета и президент Ford Motor



27 сентября 1908 года

- с первого в мире конвейера сошел первый в мире Ford T
- до конца года продано **10 000** автомобилей



Апрель 1913 года

– На заводе в Детройте запущена первая
поточная линия



1914 год

– ВЫХОД
10-ти миллионного
Ford T



К 1915 году на 9 из 10 автомобилей в мире красовалась эмблема Ford

За 20 лет выпуска было продано более 15 миллионов Ford T

Рекламная компания

- в каждой газете Детройта, а потом и всей страны, постоянно печатались новости об Ford T

На десятиллионном Ford T Генри Форд, будучи кандидатом в сенаторы, отправился в паломничество по Соединенным Штатам; превосходная реклама, ибо его повсюду встречали шествиями с оркестрами

Кризис 20-х годов

- **ПРЕДПОСЫЛКИ**

- Ориентация на выпуск всего одной модели (внутренние)
- В условиях послевоенной депрессии покупатели предпочитали приобретать автомобили, даже такие недорогие как "Модель Т", уже не за наличные деньги, а в рассрочку (внешние)
- Конкуренция со стороны корпорации "Дженерал Моторз" во главе с Альфредом Слоаном и, чуть позже, со стороны еще более новой автомобильной компании, созданной Уолтером Крайслером (внешние)

В 1915 году Ford производил более 50% автомобилей Америки, а к середине 20-х его доля упала до 20%

Цель

- ✓ Вернуть часть потерянного рынка
- ✓ Сделать конкурентоспособный автомобиль

Стратегия



Модернизация производства



Разработка новой конкурентноспособной модели



Пересмотр маркетинговой политики

Тактика

✓ Обновление и реорганизация производства

- Большинство из сорока пяти тысяч станков изготавливали одну какую-либо деталь; их приходилось либо переделывать, либо выбрасывать. Были изготовлены новые станки еще невиданной мощности.

✓ Маркетинговая политика

- Предварительные заказы
- Продажа в кредит
- Широкая реклама

