



# Стратегия 2023

Москва, февраль

# Миссия компании

Создавать продукты,  
которые улучшают быт,  
здоровье и отдых  
потребителя



1. Сформированная команда профессионалов
2. 2 сильных бренда: Gfgril & Planta + 1 начинающий Solray
3. Умение оперативно реагировать на изменение внешних и внутренних обстоятельств
4. Возможность создавать продукт с нуля, самостоятельно производить и продавать его конечному потребителю
5. Автоматизация многих бизнес процессов
6. Отсутствие внешних обязательств
7. Ежемесячное бюджетирование и анализ деятельности

**Сильные стороны (Strength)**



1. Отставание от лидеров рынка по:
  - ▶ началу работы с новыми каналами сбыта
  - ▶ скорости выведению новинок
  - ▶ современным маркетинговым способам продвижения товара и брендов
  - ▶ использованию изменений в каналах сбыта
2. Недостаточно точное прогнозирование уровня продаж и остатков
3. Все еще неширокий товарный ассортимент

**Слабые стороны (weakness)**

1. Использовать передовой опыт во ВСЕХ направлениях:
  - обучение
  - посещения специализированных мероприятий
  - постоянного отслеживания изменений у клиентов
2. Гибкая ценовая, закупочная и ассортиментная политики
3. Дальнейшая автоматизация бизнес-процессов
4. Новые направления бизнеса: ОАЭ, мебель
5. Аутсорсинг

**Возможности (opportunities)**

1. Снижение маржинальности
2. Появление новых типов конкурентов и усиление текущих
3. Ухудшение качества товара
4. Многочисленные форс-мажоры: рост закупочных цен, падение рубля, разрыв цепочек поставок, банкротство клиентов, политические риски и многое другое

**Угрозы (threats)**

1. Оперативное принятие решений на рабочем уровне
2. Работа по письменным инструкциям
3. Задачи руководителя: планирование-организация-мотивация-контроль
4. Задвоение всего и вся
5. Готовность все постоянно менять

**Что нового?**

6. Отслеживание финансовых результатов работы в режиме online
7. Выделение бюджета на постоянной основе для повышения квалификации
8. Создание IT отдела, вкл. его бюджет
9. Начало полноценного финансового планирования

**Что нового?**



1. Ни один канал сбыта не должен превышать 20%
2. Ни один поставщик не д.б. более 30% в своей категории и более 10% в целом
3. 5 «Р» в МПсах: выкупы-отзывы-крео-сео-логистика
4. Мы должны научиться быстро создавать товар, «упаковывать» его, привозить, быстро выводить его на рынок и «голубить» в случае необходимости
5. Дополнительная реальность в инфографике

**Мысли вслух**

6. Выходить в совершенно новые категории товара: ...
7. «Комплекты» товара
8. Усиление роли БРЕНДА
9. Применение новых технологий продаж к старым каналам сбыта
10. «Вытеснение» недобросовестных игроков («левые» сертификаты, заказные отзывы и т.п.) на рынке с помощью законных способов

**Мысли вслух**

11. Своевременная, компетентная, разумная работа с отзывами
12. Нужно протестировать товар производства РФ и не только
13. Рано или поздно будет возврат к офф–лайну. Возможно, и к нашему Иму
14. Скорейшее формирование обновленной организационной структуры компании

**Мысли вслух**

Вперед и с  
песней!

