



Стратегия 2023

Москва, февраль

Миссия компании

Создавать качественные
продукты, которые
улучшают быт, здоровье
и отдых потребителя



1. Сформированная команда профессионалов
2. 2 сильных бренда: Gfgril & Planta + 1 начинающий Solray (различные товары базового сегмента)
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 и регламентация многих бизнес процессов
6. Ежемесячное бюджетирование и анализ деятельности

Сильные стороны (Strength)

1. Недостаточно точное прогнозирование уровня продаж и остатков
2. Все еще неширокий товарный ассортимент
3. Недостаток современных маркетинговых способов продвижения товара и брендов

Слабые стороны (weakness)

1. Начало работы под медицинскому сертификату
2. Посещения специализированных мероприятий по всем направлениям деятельности компании
3. Дальнейшая автоматизация бизнес-процессов в 1С
4. Новые направления бизнеса по странам и товарам
5. Усиления аутсорсинг, в т.ч. 1С направления
6. Начало работы с небольшими каналами сбыта
7. Использование нейросетей

Возможности (opportunities)

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

Угрозы (threats)

1. Работа с UNIT экономикой
2. Оценка работы на основе EBITDA
3. Упорядочивание организационной структуры компании
4. Готовность к **МАСШТАБИРОВАНИЮ**
5. Переупаковка поврежденного товара в тару РФ
6. Начало работы по прямым контрактам с МПсами
7. ЗОЖ дисплей зона в магазине МВидео

Что нового?

8. Отслеживание финансовых результатов работы на ежемесячной основе
9. 3 года гарантии на часть товаров
10. Классификация товара по приоритетности (например, «золотая матрица»)
11. «Прокачка» карточки товара с помощью промо цены
12. Появление товара под промо план
13. Новая страна производства - Турция

Что нового?

14. Появление еще 2х «Р» в МПсах: выкупы-отзывы-крео-сео-логистика-UNIT экономика
15. Применение нейросетей
16. Приоритет в запуске товара с МРЦ более 5.000 р.
17. Рано или поздно будет возврат к офф–лайну. Возможно, и к нашему ИМу на базе соц сетей
18. Борьба с недобросовестными игроками («левые» сертификаты, заказные отзывы и т.п.) на рынке с помощью законных способов

Что нового?

Опять вперед
и только с
песней!

