

Маркетинговая концепция группы компаний

03.2016

Выполнил: маркетолог Д. Симонов

Текущая ситуация

На данный момент существуют четыре разобщенные компании:

«АМГ Групп»
строительство

«НПО АМБ»
Тепловизоры,
военная электроника

«ТСО»
Средства охраны

«Техлазер»
Промышленная
электроника

Задача:

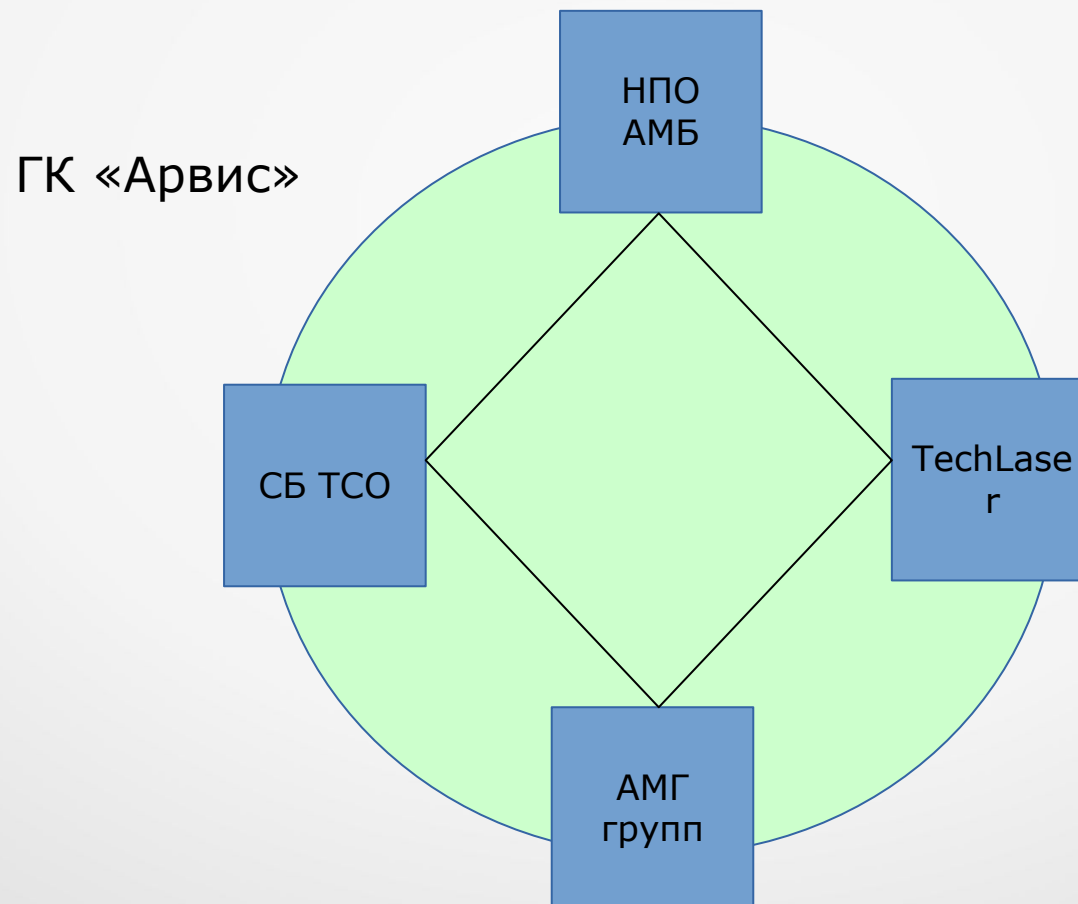
Объединить компании в единую структуру для демонстрации возможностей и реализации комплексного обслуживания заказчиков.



?

Концепт 1. Структура

Ключевой идеей, объединяющей компании, является прикладная научная деятельность. В этой связи, центральное звено в структуре группы компаний: «НПО АМБ». Структура ГК выглядит следующим образом:



Концепт 1. Миссия

Компании объединены в состав ГК с сохранением идентичности.

Миссия* ГК

1. Реализовывать научный подход в решении задач, повышать качество исполнения и удовлетворенность клиентов; поднимать престиж российской науки.
2. Развивать выбранные направления деятельности, создавая новые рабочие места; наращивать ресурсы и мощности для реализации комплексного подхода в решении задач, так же для достижения лидирующих позиций в отрасли.
3. Обеспечивать акционерам прибыль выше среднего, проводить политику социальной ответственности.

*Миссия — это философия и предназначение, смысл существования организации.

Структура сайта 1

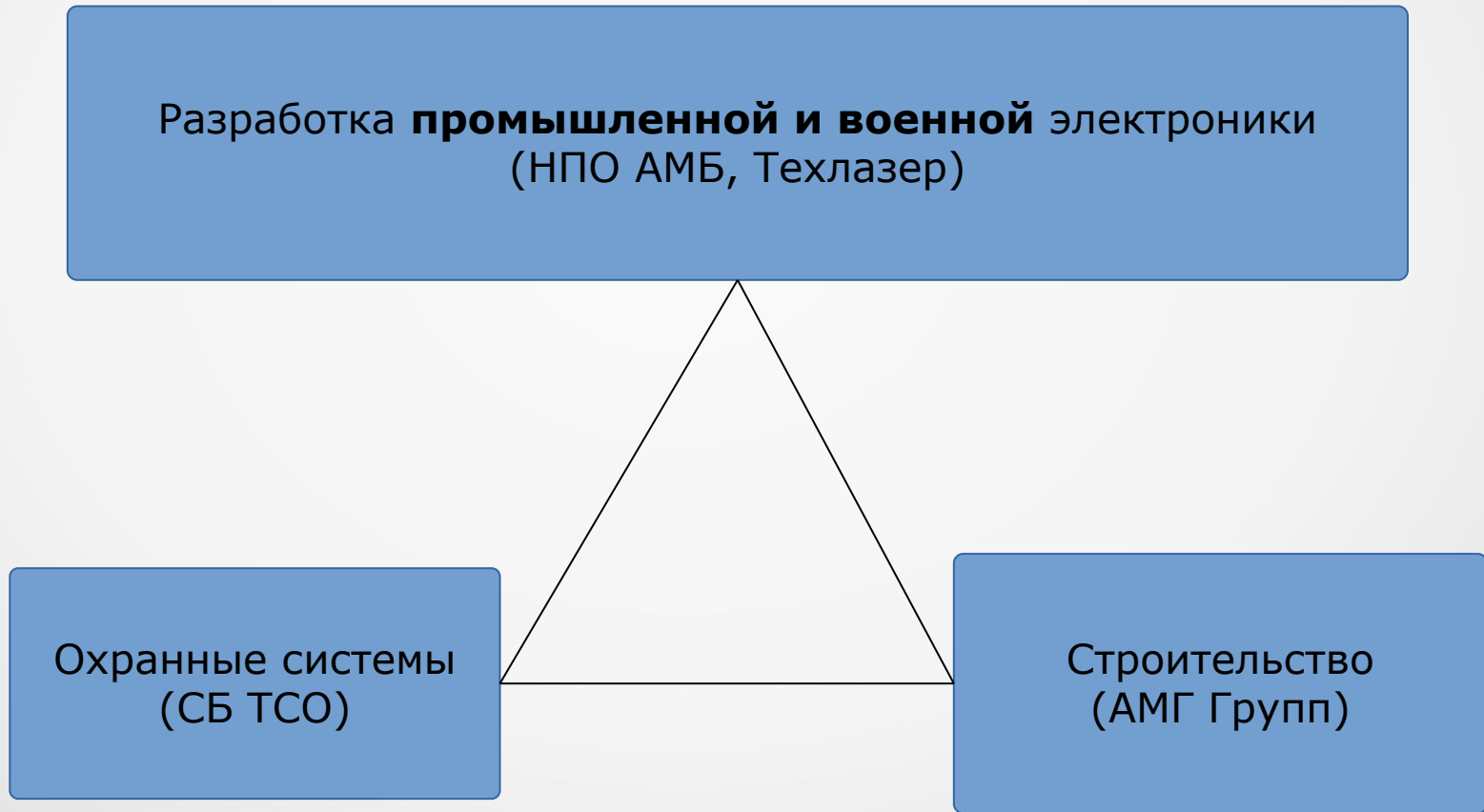
Видение того, как может быть реализован сайт ГК:

www.NPO-AMB.ru

Разработка **промышленной и военной** электроники
(НПО АМБ, Техлазер)

Охранные системы
(СБ ТСО)

Строительство
(АМГ Групп)



За и против

Аргументы в поддержку данной стратегии:

1. Органичность, понятность позиционирования: в данной стратегии реализуется идея о науке, как ключевом активе в деятельности ГК. Поэтому «НПО АМБ», продвигается как современный успешный научный центр. Остальные компании вписываются в структуру как аффелированные структуры.
2. Данная концепция, по сути, отражает реальное положение дел.
3. При реализации данной концепции в выигрыше останутся текущие клиенты: в их глазах знакомые им партнеры наберут деловой вес.

Аргументы против данной стратегии:

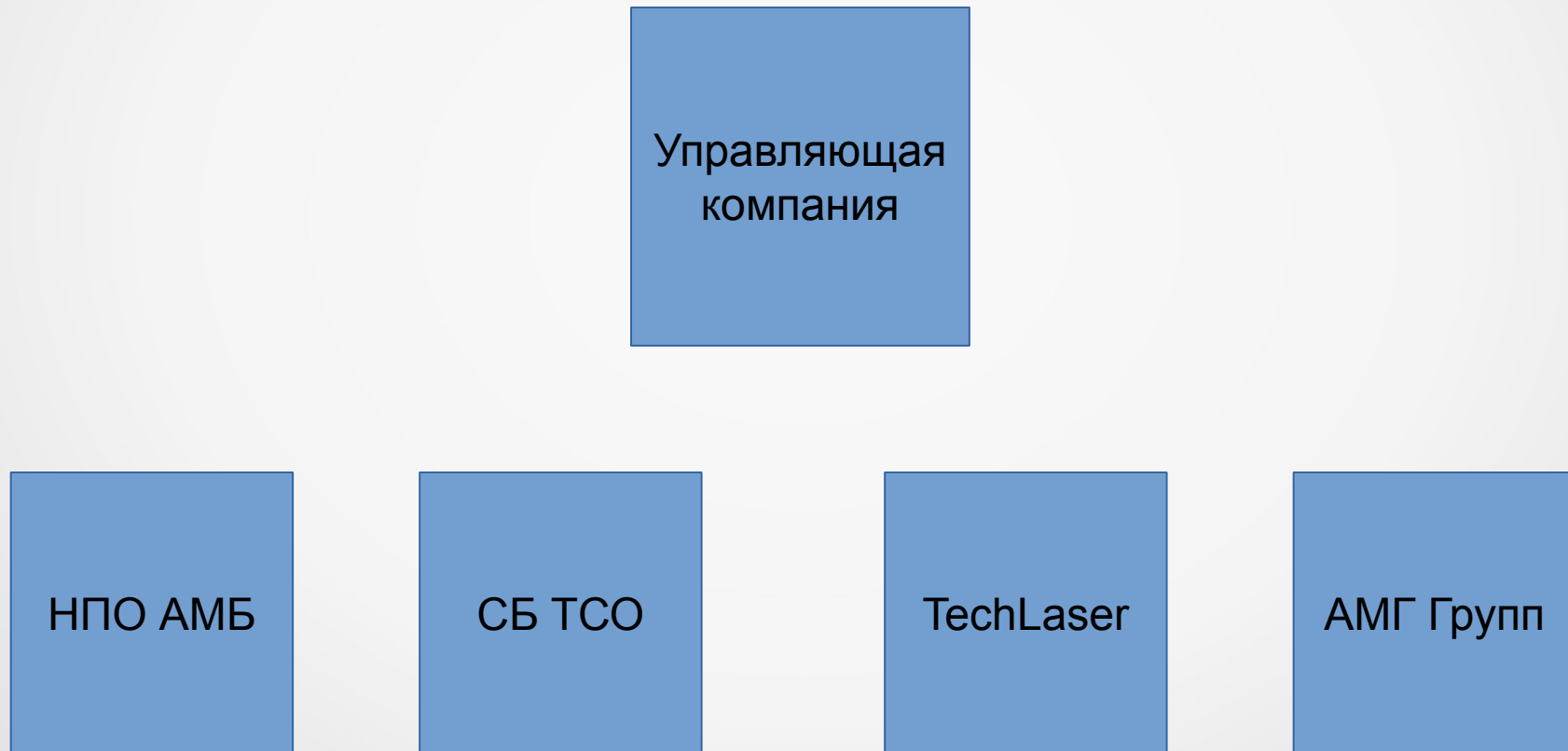


1. Сложная для понимания структура.
2. Представление «НПО АМБ» как ведущей компании в группе негативно сказывается на задаче, которую должна решать структура — демонстрация разноплановости видов деятельности.
3. Не редкий случай, когда организациям, входящим в ГК не выгодно, если заказчик знает, что они аффелированы между собой.

Концепт 2. Структура

Ключевой идеей является объединение всех видов деятельности в рамках управляющей компании.

Центральная фигура в структуре — управляющая компания.



Концепт 2. Миссия

Компании объединены в группу компаний под управлением УК.

Миссия УК

1. Управляющая компания объединяет организации под своим руководством, добиваясь повышения качества выполнения поставленных задач.
2. Предлагает клиентам комплексный подход в решении задач, а так же единые стандарты исполнения.
3. Имея в наличии ресурсы и возможности ряда организаций, УК готова браться за задание любой сложности и различной направленности.
4. Обеспечивать акционерам прибыль выше среднего, проводить политику социальной ответственности.

Структура сайта 2

Видение того, как может быть реализован сайт ГК

www.arvis-group.ru

Управляющая
компания

Охранные системы
(Арвис.Охранные системы)

Разработка военной электроники
(Арвис.Военная электроника)

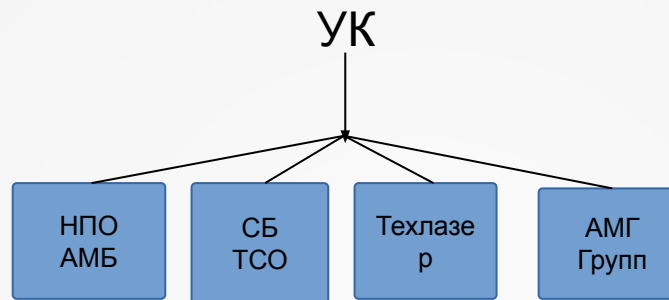
Строительство
(Арвис.Строительство)

Разработка промышленной электроники
(Арвис.Промышленная электроника)

За и против

Аргументы в поддержку стратегии:

1. На 100% выполняет задачу демонстрации видов деятельности.
2. Понятная структура



3. Возможность не афишировать компании, оставляя направления деятельности.



Аргументы против стратегии:

1. Неясно, как продвигать и позиционировать.
2. Работу над репутацией придется вести с нуля.
3. Изменения не «дружелюбны» по отношению к текущим клиентам.

Спасибо за внимание

03.2016