

Жизненный цикл компании «Nestle»

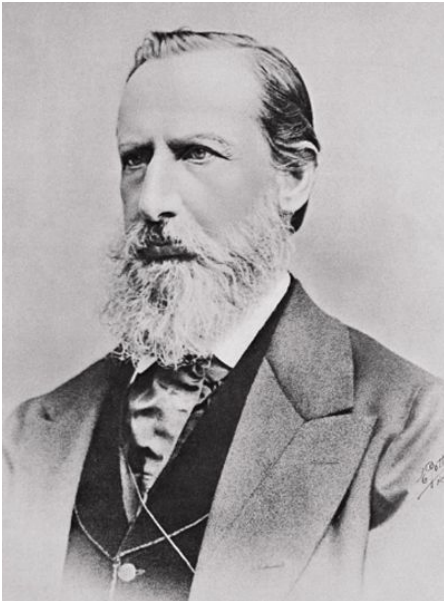
Филина Мила

ТУП-311



- **«Нестле» — крупнейшая в мире компания — производитель продуктов питания и напитков, эксперт в области правильного питания и здорового образа жизни. Кредо «Нестле» — делать жизнь лучше, предлагая потребителям только качественные и полноценные продукты.**
- **Штаб-квартира компании находится в г. Вевей в Швейцарии.**
 - **Основатель компании-Генри Нестле**

1. Ухаживание



В середине 60-х годов XIX века опытный фармацевт Генри Нестле начал экспериментировать с различными комбинациями молока, пшеничной муки и сахара, пытаясь создать альтернативный источник питания для младенцев, которые не могли быть вскормлены материнским молоком. Его основной целью было помочь в разрешении проблемы детской смертности, вызванной недостаточным и неправильным питанием. Новый продукт получил название Молочная Мука Нестле.

Появление идеи



Вера реализации идеи



Готовность к риску

2. Младенчество



После того, как новая формула заменителя грудного молока Nestle спасла жизнь ребенку, этот продукт получил заслуженное признание, и уже через несколько лет Farine Lactee Nestle активно продавалась в большинстве стран Европы. 1866 – 1905 Тем временем «Англо-швейцарская компания по производству сгущенного молока», основанная в 1866 году американцами Чарльзом и Джорджем Пэйджами и ставшая главным конкурентом компании Nestle, расширяла свой ассортимент, включив в него в середине 70-х годов девятнадцатого века сыр и заменители грудного молока. Компания Nestle, которую Генри Нестле в 1874 году продал Жюлю Моннера, ответила выпуском на рынок собственной марки сгущенного молока. В эти же годы на рынке появляется еще ряд принципиально новых продуктов.

Реализация идеи



Удовлетворение потребностей клиентов



Активные продажи

3. «Давай-давай»



Уже в начале 1900-х годов у Nestle были фабрики в США, Британии, Германии и Испании. В 1904 году, достигнув соглашения со «Швейцарской Национальной Шоколадной компанией», Nestle добавила к ассортименту своей продукции шоколад. А в 1905 году компания объединилась со своим давним соперником — «Англо-швейцарской компанией по производству сгущенного молока». Компания, образовавшаяся в результате слияния, была названа «NESTLÉ и Англо-швейцарская молочная компания». Тем не менее, большая часть производственных мощностей по-прежнему располагалась в Европе, и начало Первой Мировой войны нанесло серьезный удар по деятельности компании. Получать сырье и распространять готовую продукцию становилось все труднее. Из-за нехватки свежего молока по всей Европе фабрикам пришлось распродать практически все свои запасы, чтобы удовлетворить нужды населения.

Расширение компании

➔ Продуктовый ассортимент расширяется

➔ Продукты компании пользуются высокой популярностью

➔ Продажи стремительно растут, что позволяет компании процветать.

4. Юность



- С окончанием Первой Мировой войны для компании наступил период экономического кризиса. Правительственные заказы с прекращением военных действий перестали поступать, а покупатели, за время войны привыкшие к сухому и сгущенному молоку, снова перешли на свежее, как только оно стало доступным. В 1921 году NESTLE впервые понесла убытки. Повышение цен на сырье, послевоенное затишье во всей мировой экономике и падающие курсы валют усугубляли положение.
- Быстро отреагировав на сложившуюся экономическую ситуацию, руководство NESTLE пригласило для реорганизации компании эксперта в области банковского дела — швейцарца Луи Даплеса. Он оптимизировал деятельность компании, приведя в соответствие уровень производства с уровнем продаж и сократив непокрытые задолженности компании. Под руководством нового Президента NESTLE Гельмута Маухера компания вошла в 80-е годы с новыми силами и решимостью развиваться дальше. В этот период компания поставила перед собой две основные стратегические задачи: укрепление финансового положения путем внутренней реорганизации и продолжение политики, направленной на приобретение стратегически выгодных предприятий. Таким образом, компания продала несколько входящих ранее в корпорацию предприятий, которые либо были неприбыльными, либо не вписывались в общую стратегию развития.
- Первый по-настоящему глобальный конфликт в истории человечества положил конец традиционной структуре компании. Чтобы преодолеть проблемы с распространением продукции в Европе и Азии, NESTLE открыла новые фабрики в развивающихся странах, в том числе в Латинской Америке.
- Уровень производства и продаж в условиях военной экономики значительно увеличился: общий оборот NESTLE возрос со 100 миллионов долларов (в 1938 году) до 225-ти миллионов (в 1945 году). К концу войны руководители NESTLE добились лидирующего положения в мировом кофейном бизнесе, а также в других, традиционных для NESTLE, направлениях производства.

Реорганизация компании



Конфликтная ситуация



Изменение структуры компании



Рост прибыли

5. Ранний расцвет

Послевоенные годы стали самым динамичным периодом в истории развития NESTLE. Диверсифицированный подход к работе на рынке продуктов питания лег в основу новой стратегии и позволил компании еще более эффективно реагировать на спрос потребителей. Вследствие присоединения к корпорации ряда компаний к ассортименту NESTLE добавились десятки новых продуктов.

В этот же период началось стремительное развитие торговой марки NESCAFE®. С 1950 по 1959 год продажи растворимого кофе увеличились почти втрое, а с 1960 по 1974 год — еще в четыре раза. За 15 лет, прошедших после окончания Второй Мировой войны, общий объем продаж компании возрос вдвое. Разработка новейшей технологии сублимационной сушки (т.е. сушки в условиях низкотемпературного вакуума) привело к появлению в 1966 году на рынке растворимого кофе марки TASTER'S CHOICE®.



Перспективы развития



Ориентация на результат



Рост как продаж, так и прибыли



Приобретение новых организаций

В настоящий момент продукцию компании Нестле на различных рынках представляют следующие бренды:

Детское питание:	Cerelac®, Gerber®, Gerber Graduates®, NaturNes®, Nestum®
Минеральная вода:	Nestlé Pure Life®, Perrier®, Poland Spring®, S.Pellegrino®
Сухие завтраки:	Chocapic®, Cini Minis®, Cookie Crisp®, Estrelitas®, Fitness®, Nesquik Cereal®
Шоколад, кондитерская продукция:	Aero®, Butterfinger®, Cailler, Crunch®, KitKat®, Orion®, Smarties®, Wonka®
Кофе:	Nescafé®, Nescafé 3 in 1®, Nescafé Cappuccino®, Nescafé Classic®, Nescafé Decaff®, Nescafé Dolce Gusto®, Nescafé Gold®, Nespresso®
Кулинарные, охлажденные и замороженные продукты:	Buitoni®, Herta®, Hot Pockets®, Lean Cuisine®, Maggi®, Stouffer's®, Thomy®
Молочные продукты:	Carnation®, Coffee-Mate®, La Laitière®, Nido®
Другие напитки:	Milo®, Nesquik®, Nestea®
Общественное питание:	Chef®, Chef-Mate®, Maggi®, Milo®, Minor's®, Nescafé®, Nestea®, Sjora®, Lean Cuisine®, Stouffer's®
Лечебное питание:	Boost®, Nutren Junior®, Peptamen®, Resource®
Мороженое:	Dreyer's®, Extrême®, Häagen-Dazs®, Mövenpick®, Nestlé Ice Cream®
Корма для животных:	Alpo®, Bakers Complete®, Beneful®, Cat Chow®, Chef Michael's Canine Creations®, Dog Chow®, Fancy Feast®, Felix, Friskies®, Gourmet®, Purina®, Purina ONE®, Pro Plan®

Ухаживание

- Неуверенность в идеи, нечеткие задачи привели к нехватка финансов для более быстрого распространения «Молочной муки»
- Лечение: Основатель должен на данном этапе развития организации вложить все свои усилия в проработку своей идеи и придать ей четкий вид, а затем принять смелое решение о создании компании. Чем скорее будет проведена оценка идеи, доработана идея до «готового» состояния и собраны все доказательства в пользу создания бизнеса, тем быстрее компания начнет развиваться

Младенчество

- Появление опытного конкурента повлияло на компанию, т.к. в Нестле отсутствовала формальная процедура управления, что повлияло на развитие компании.
- Лечение: Руководитель компании должен на своем примере показывать вовлеченность в работу и нацеленность на результат, выступать гарантом ясности, определенности и устойчивости для наемного персонала (что и сделала компания Нестле с появлением нового руководителя, он показал себя как грамотный и вовлеченный в работу человек. Нестле смогла обойти своего конкурента)

«Давай-давай»

- Финансовая неустойчивость и чрезмерная уверенность руководителя привела Нестле к трудной добычи сырья и распространению продукции.
- Лечение: В компании нужно провести реструктуризацию. Руководитель должны постоянно пересматривать и обновлять организационную структуру и следить за финансовыми потоками также как и за тем, чтобы продукция удовлетворяла нужды потребителей. (Нестле нашла выход из этой ситуации распродала все свои запасы)

Юность

- Экономическая нестабильность повлекла за собой текучесть кадров, что привело у временному замедлению работы компании.
- Лечение: Компании следует разработать четкие процедуры и вынести все важные функции компании в отдельные подразделения. В компании должны быть четко закреплены функции, приоритеты, обязанности и уровень власти каждого подразделения. После создания прочной структуры важно построить доверие к ней и найти правильных людей, которые впишутся в такую структуру (Нестле на этом этапе провела реорганизацию и продолжила свою политику)

Ранний расцвет

- Увеличение цен на другие продукты, замедление темпов экономического роста. Возросли цены на кофе.
- Лечение: быстрое реагирование на ситуацию и принятие оптимального решения (Нестле приняло решение о покупке американской компании по производству фармацевтических и офтальмологических товаров для принятия такого решения потребовалась смелость и дальновидность)

Патологии в «Nestle»

Патология в
управленческих
решения

Стагнация

В компании появились
трудности к изменениям и
неумение их реализовать

И проблема состояла в том, что
Нестле не могла реализовать
преобразования связанные с
финансами, но выход нашелся



**Руководство NESTLE
пригласило для реорганизации
компании эксперта в области
банковского дела — швейцарца
Луи Даплеса. Он оптимизировал
деятельность компании,
приведя в соответствие уровень
производства с уровнем продаж
и сократив непокрытые
задолженности компании.**

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**