ЧОУ ВО «Самарский институт управления»
Факультет экономики и управления
Кафедра менеджмента и управления персоналом

ПРЕЗЕНТАЦИЯ
к выпускной квалификационной работе

«Совершенствование маркетинговой деятельности компании (на примере ООО «ИМПУЛЬС»)»

Автор: Назаров А.А

Руководитель: Волкодаева А.В., к.э.н., доц.

Объект исследования

ООО «ИМПУЛЬС»

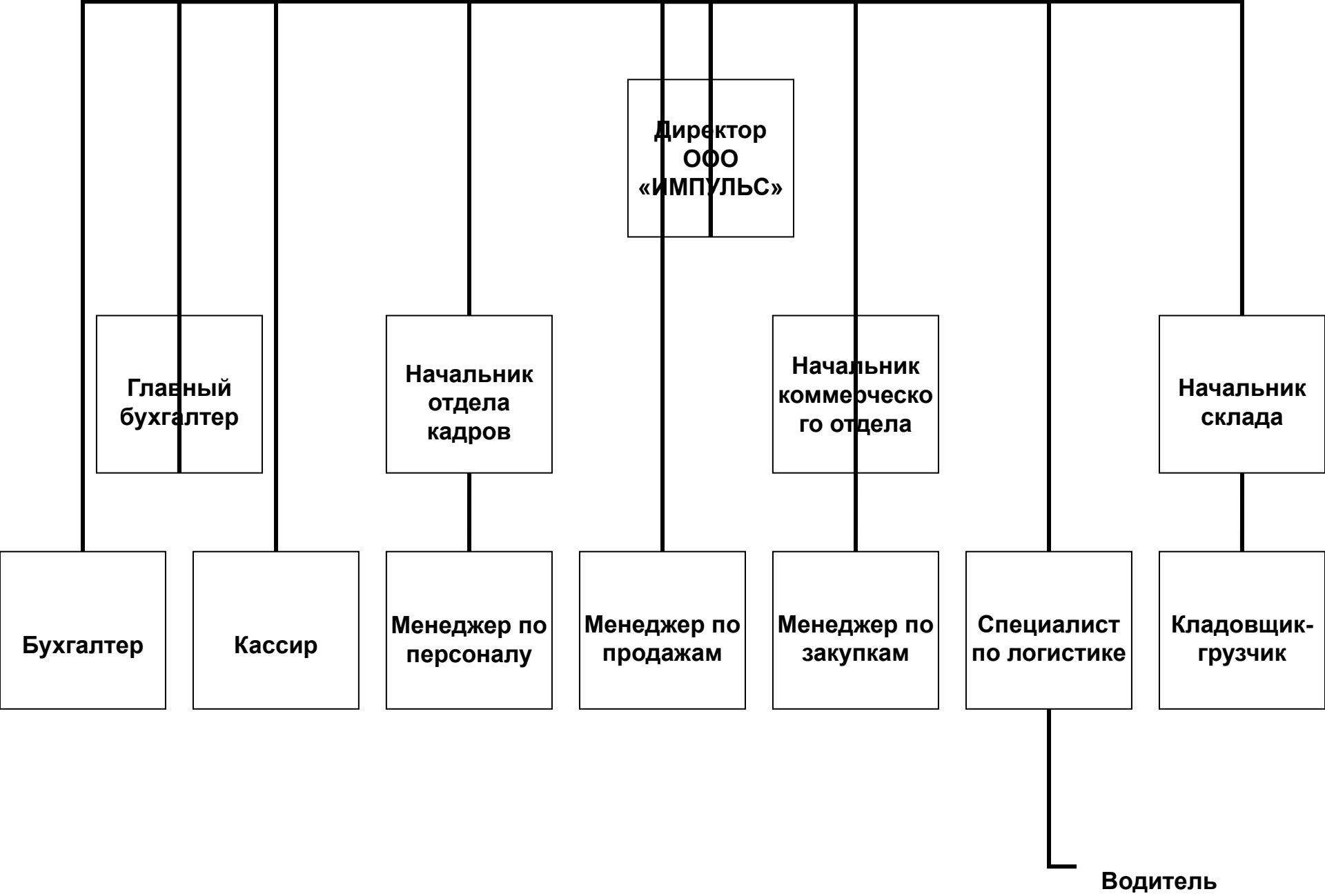
Предмет исследования

маркетинговая деятельность ООО «ИМПУЛЬС»

Цель исследования

изучение теоретических аспектов организации маркетинговой деятельности на предприятии и разработка мероприятий по ее совершенствованию на примере объекта исследования.

Мебель


Директор ООО «ИМПУЛЬС»
Главный бухгалтер
Начальник отдела кадров
Начальник коммерческого отдела
Начальник склада
Бухгалтер
Кассир
Менеджер по персоналу
Менеджер по продажам
Менеджер по закупкам
Специалист по логистике
Кладовщик-грузчик
Водитель

Основные показатели деятельности ООО «ИМПУЛЬС», тыс. руб.

Показатели	2014 г.	2015 г.		2016 г.	
		Тыс. руб.	Рост, %	Тыс. руб.	Рост, %
Выручка от реализации	17423,6	13676,2	78,5	12876,9	94,1
Валовая прибыль	4374,8	4397,1	100,5	4622,2	105,1
Издержки обращения	3627,8	3816,4	105,2	4165,6	109,2
Прибыль от продаж	747,1	580,2	77,7	456,6	78,6
Чистая прибыль	-509,6	-54,1	-	348	-

Организация маркетинговой деятельности в ООО «ИМПУЛЬС» проявляется в ее функциях:

- аналитической.

- сбытовой.

- управленческой.

Основными задачами в рамках маркетинговой деятельности ООО «ИМПУЛЬС» являются:

- анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка
- анализ связей организации с внешней средой;
- выходной маркетинговый контроль;
- согласование цен, контрактов и договоров, и др.;
- определение целей, методов, правил и средств рекламы;
- организация работы рекламных агентств и служб;
- стимулирование сбыта товаров и роста прибыли и др.
- информационное обеспечение маркетинговых исследований;
- обеспечение техническими средствами;

Цели и стратегии для целевых рынков ООО «ИМПУЛЬС»

Цели и стратегии	Продажа высококачественной мебели
Целевой рынок	г. Самара
Цель	Поддержание показателя рыночной доли в размере 20%. Обеспечение стабильной прибыли.
Общая стратегия	Довести объем сбыта до необходимого количества (до 100-110 проектов в год), приводящего к достижению поставленных целей.
Ценовая стратегия	Уменьшение себестоимости
Сбытовая стратегия	Тщательный выбор транспортных компаний, выход на новые рынки
Коммуникативная стратегия	Создание эксклюзивного имиджа фирмы

Параметры	Сильные стороны	Слабые стороны
Корпоративная культура	Дружный коллектив	Малоизвестность фирмы за пределами г. Самара
	Деловая атмосфера	
	Уважительные отношения между руководством и подчиненными, между коллегами	
Организационная структура	Ориентация на потребности рынка	Не гибкость системы управления
	Экономия на управленческих расходах	Замедленное движение информации
	Четкость и определенность принимаемых решений	Низкая скорость принятия решений
Персонал	Опыт работы	Недостаточное внимание уделяется обучению и повышению квалификации
	Высокая квалификация персонала	
	Интеллигентность	
	Потенциал к развитию	
Маркетинг	Отслеживание деятельности конкурентов	Недостаточное изучение потребительского спроса
	Постоянные проверенные поставщики	Отсутствие базы данных клиентов
	Гибкая ценовая политика	Не развита система продвижения продукции, слабо развиты маркетинговые коммуникации
	Высокое качество продукции	Отсутствие должности маркетолога в штате
Финансы	Устойчивое финансовое положение	
	Высокая доходность	

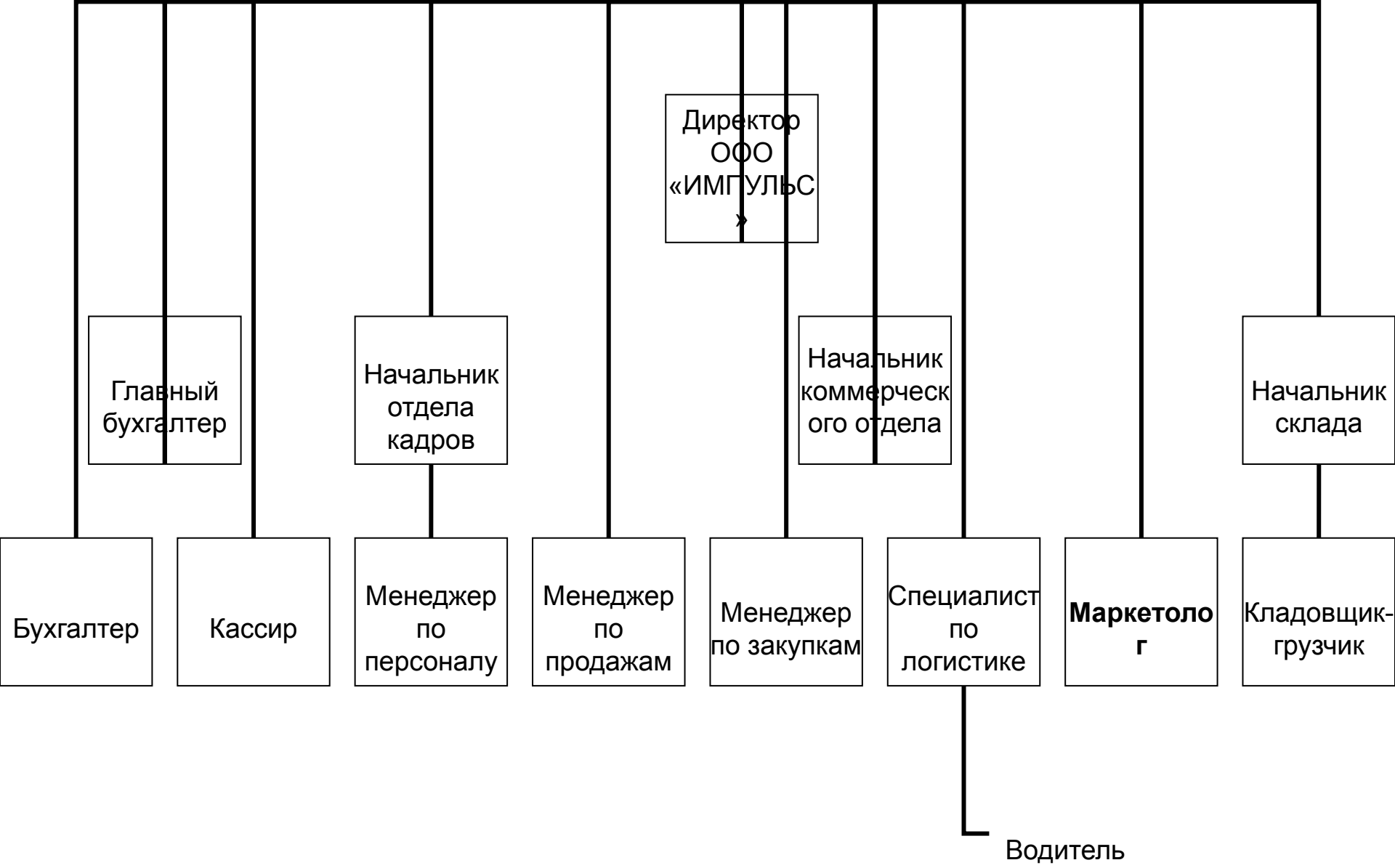
Возможности	Оценка вероятности появления ситуации		
	Маловероятно	Возможно	Весьма вероятно
Узнавание организации и увеличение круга потребителей			*
Укрепление позиций на рынке и увеличение объемов продаж			*
Введение маркетолога в штат			*
Ускорение роста рынка		*	
Преобладание над конкурентами в данном сегменте рынка	*		

Угрозы	Оценка вероятности появления ситуации		
	Маловероятно	Возможно	Весьма вероятно
Изменение потребностей и вкусов покупателей		*	
Увеличение транспортных расходов			*
Усиление конкурентного давления			*
Увеличение сроков поставки		*	
Сложная экономическая ситуация в стране		*	
Уменьшение количества клиентов	*		

Основными задачами, необходимыми для отражения в маркетинговой деятельности ООО «ИМПУЛЬС», помимо имеющихся, должны стать:

- совершенствование рекламной деятельности предприятия;
- совершенствование системы скидок;
- реализация дополнительных услуг.
- введение должности маркетолога в штат компании.

	Цель	Оценка	Контрольные показатели	Мероприятия
Дистрибуция	Рост количества новых магазинов (в %)	Количество и площади магазинов, открытых за предстоящие 1-3 года	> 5 магазинов на конец отчетного периода	Разработка форматов покрытия
	Повышение эффективности продаж	Товарооборот на 1 кв.м.	> 10 000 руб. по итогам года	Разработка плана мерчендайзинга
Ассортиментная политика	Увеличение количества новых серий мебели	Среднее количество серий в год	> 4 серии по итогам года	Разработка плана ввода новых серий на рынок
		Доля новой серии в товарообороте организации (в %)	> 2% по итогам года	Разработка плана продвижения новой серии на рынке
		Доля удовлетворенных новой серией покупателей (в %)	> 70% по итогам года	Разработка системы обратной связи и программы поддержки лояльности покупателей
Реклама и стимулирование сбыта	Повышение уровня известности организации	Доля граждан, знающих продукцию (в %)	Более 40 %	Разработка эффективного медиаплана
	Рост приверженцев организации	Доля склонных совершить покупку среди знающих организацию (в %)	Более 20 %	Разработка рекламных сообщений с отстройкой от продукции конкурентов
		Изменение товарооборота в городе (в %)	> 10% по итогам года	Повышение и стандартизация уровня обслуживания в магазинах


Директор ООО «ИМПУЛЬС»
Главный бухгалтер
Начальник отдела кадров
Начальник коммерческого отдела
Начальник склада
Бухгалтер
Кассир
Менеджер по персоналу
Менеджер по продажам
Менеджер по закупкам
Специалист по логистике
Маркетолог
Кладовщик-грузчик
Водитель

Изменение показателей деятельности ООО «ИМПУЛЬС» по результатам внедрения мероприятий

Наименование	2016 г.	2017 г.	Темпы роста, %
Выручка от реализации, тыс.руб.	12877	15633	121,4
Себестоимость проданных товаров, тыс. руб.	8254	9616	116,5
Валовая прибыль, тыс.р.	4622,9	6017	130,2
Издержки обращения, тыс.руб.	4165	5396	129,6
Прибыль от продаж, тыс.руб.	457,9	621	135,6
Чистая прибыль, тыс.руб.	348,1	471,96	135,6
Доходоемкость, %	35,9	38,5	107,2
Издержкоотдача, %	32,3	34,5	106,7
Рентабельность продаж, %	3,6	3,9	111,7

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!