



ДНК компанії



MODERN-EXPO
GROUP



Візія – майбутній бажаний стан компанії, що визначає довгострокові характеристики організації – цільовий образ, модель, роль і відповідає на питання «ким/чим я прагну стати?»



ВІЗІЯ – 2025

Модерн-Експо – **глобальна** компанія-створювач,
експерт в експозиції та зберіганні товарів

Компанія є **лідером** на євразійському просторі, **взірцем**
ведення бізнесу для виробничих компаній

Модерн-експо є **драйвером інновацій** та **інтегратором**
поставки рішень «під ключ» на визначених ринках



ВІЗІЯ – 2025



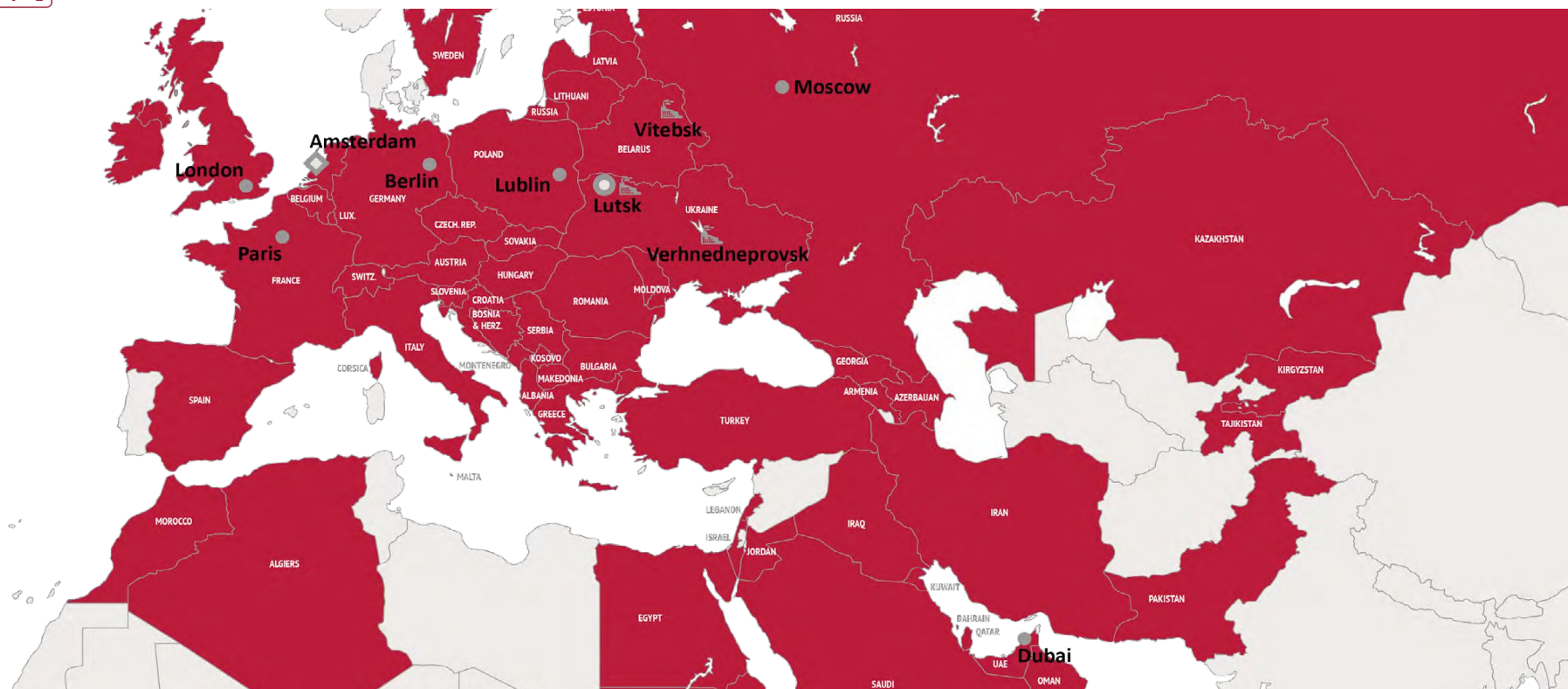
Глобальна – провадить бізнес на всіх континентах: кордони існують тільки в голові



Компанія-створювач – не просто виробляє власний продукт, але й постійно знаходиться у пошуку створення додаткової цінності (*added value*) продукту через сервіс та нові технології



Експерт в експозиції та зберіганні – має стрижневу компетенцію в створенні обладнання, що найкращим чином представляє товар та зберігає його до моменту покупки



Лідер на євразійському просторі – є найбільшим виробником та постачальником та працює з лідерами ринку (має найбільшу частку на визначених ринках)



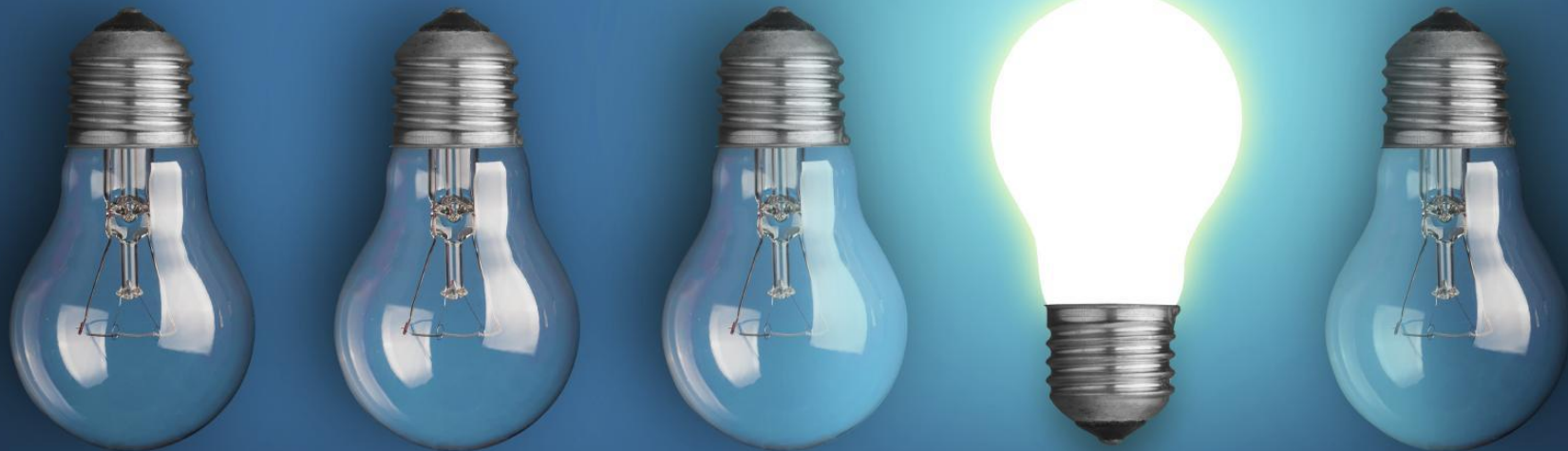
ВІЗІЯ – 2025



Взірець ведення бізнесу – виступає «обличчям» для виробничих компаній, прикладом переходу з індустріального світу в еру цифрових і нових сервісних можливостей



ВІЗІЯ – 2025



Драйвер інновацій – досліджує і впроваджує нові можливості для визначених клієнтів



ВІЗІЯ – 2025



Інтегратор поставки рішень «під ключ» – виступає площадкою для взаємодії партнерів з метою створення спільного продукту

2016

- Σ 80 mln \$
- EBIT 9,6 mln \$
- EV 70 mln \$
- Заводів 2

2017

- Σ 115 mln \$
- EBIT 15 mln \$
- EV 150 mln \$
- Заводів 3

2020

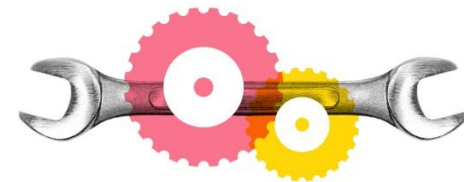
- Σ 225 mln \$
- EBIT 35 mln \$
- EV 350 mln \$
- Заводів 5

2023

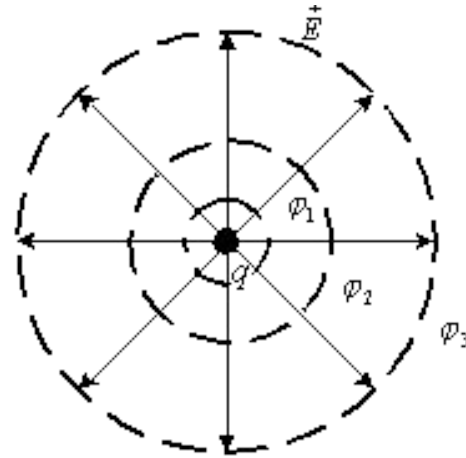
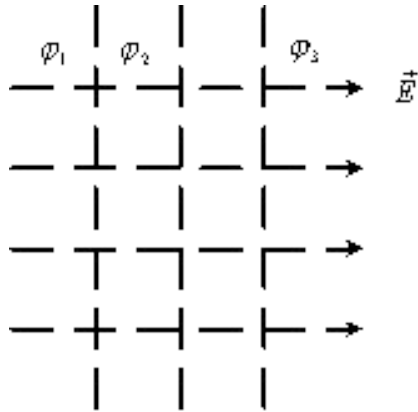
- Σ 385 mln \$
- EBIT 60 mln \$
- EV 600 mln \$
- Заводів 6

2025

- Σ 650 mln \$
- EBIT 100 mln \$
- EV 1000 mln \$
- Заводів 6



ЦІННОСТІ



Цінності – силові точки компанії, що утворюють потужне гравітаційне / ціннісне поле, спираючись на яке компанія може досягнути визначеної Візії.

Відповідає на питання: в що ми віримо і готові вкладати свій час, зусилля, гроші.

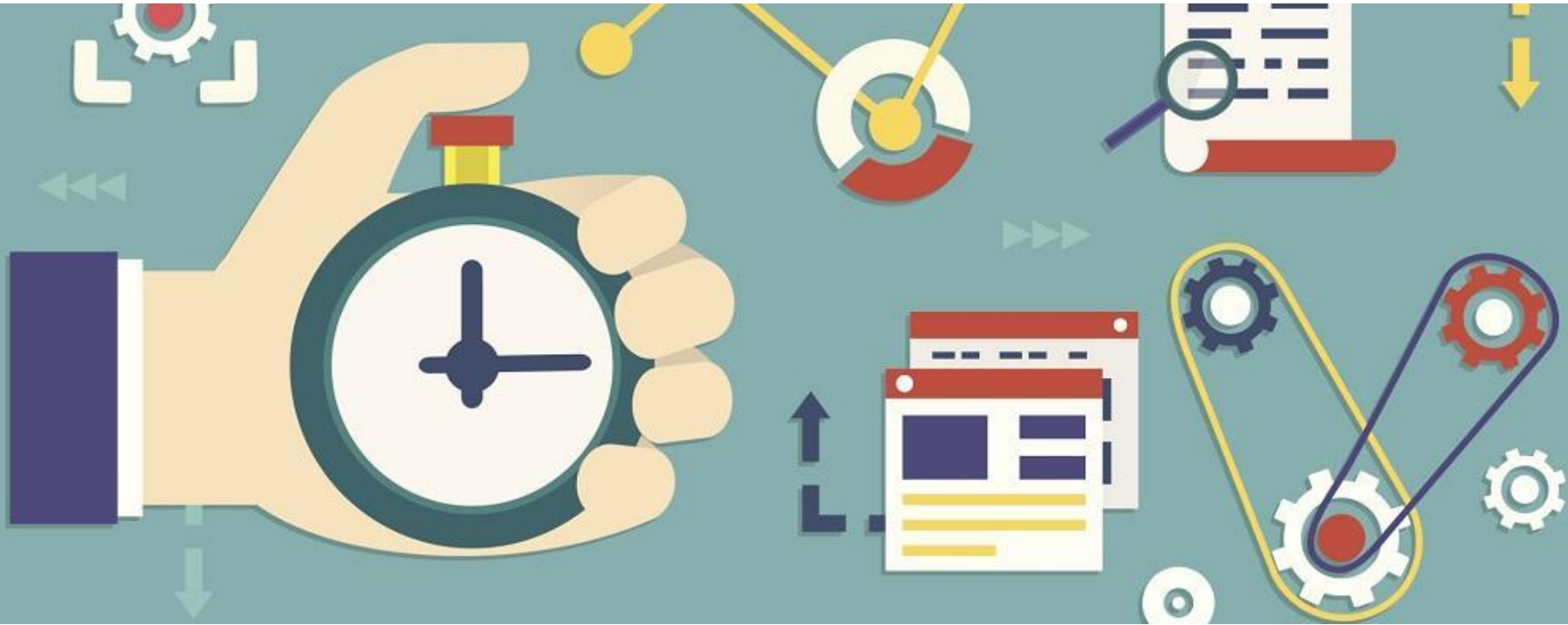
Організаційні цінності це те, чого нам не вистачає для спірання, щоб досягти візії



ЦІННОСТІ



Команда. Ми формуємо ідентичну спільноту амбітних особистостей, надійних партнерів, професіоналів своєї справи, які орієнтуються на результат та успіх клієнта



Операційна досконалість. Ми застосовуємо кращі світові практики (lean, kaizen, TOC, six sigma тощо) з метою забезпечення безкомпромісної якості у виробничих та управлінських процесах, і як результат – підвищення ефективності Бізнесу



Новаторство. Ми підтримуємо ініціативи на всіх рівнях компанії з метою створення додаткової цінності в продуктах, процесах та підходах ведення бізнесу



Розвиток. Ми вкладаємо в професійний розвиток співробітників, створюємо середовище для розкриття потенціалу глобальності і позитивності мислення



ЦІННОСТІ



Сервіс. Ми забезпечуємо сталий процес піклування про клієнта в роботі з нашим продуктом на різних етапах спільної взаємодії



Партнерство. Ми створюємо ал'янси з метою «win-win» рішень для всіх учасників, плекаючи довгостроковість відносин



МІСІЯ – 2017

Місія – сенс існування компанії, що визначає клієнта і продукт – заради кого працюємо і яку цінність для нього створюємо

Місія наближає компанію до визначеної мети (візії) в найближчій перспективі (рік-два)



МІСІЯ – 2017

Модерн-експо розвиває **стрижневу** компетенцію у **виробництві** торгівельного **обладнання**

Фокусуємо діяльність на клієнтах в ролях **експансіоніст, ре-модел'єр і атрактор** перевагу надаємо лідерам ринку, що потребують завершених рішень (complete solution) і їх відтворення (roll-out)

Модерн-експо **експериментує** / запускає пілотні проекти з **продуктами** де є синергетичний мікс-ефект soft & hard = smart solutions (digitalization = обладнання та програмне забезпечення)

Компанія **досліджує можливості** застосування нових технологій у:

- виготовленні холодильного обладнання (енергозберігаючих, eco-friendly)
- пошуку супутніх товарів на торгівельному обладнанні компанії
- приваблення уваги споживачів до товарів на обладнанні компанії



КЛІЄНТ

Експансіоніст – має потребу у **вчасному масштабуванні готових рішень у великих об'ємах**. Ціна – вторинна, первинно – вчасність «розгортання» погодженого концепту. Дає достатню маржинальність для м-е. *Приклад клієнта – Zabka*

Ре-модел'єр – має потребу у **швидкій заміні застарілого обладнання, без зупинки операційної моделі бізнесу**. Цікавить масштабування реновації мережі, повторне використання старого обладнання. Дає більш ніж достатню маржинальність для М-Е. *Приклад клієнта – REWE*

Атрактор – має потребу в **особливому приверненні уваги до товару, як результат бажає отримати впізнаваність бренду, мати контроль за мерчендайзингом**. Характерні великі об'єми поставок, серійність виробу. Дає найбільшу маржинальність для м-е. *Приклад клієнта – BAT*

ПРОДУКТ

ЗАСАДНИЧЕ ПОЯСНЕННЯ КОМПОЗИЦІЇ

ЯДРА, ХАРАКТЕРИСТИК ТА СЕРВІСНИХ АТРИБУТІВ





СТРАТЕГІЧНІ ІНІЦІАТИВИ – 2017

ДЛЯ НАБЛИЖЕННЯ ДО ВІЗІЇ У НАЙБЛИЖЧИЙ РІК

(НЕ ПУБЛІЧНИЙ ДОКУМЕНТ)

Фінанси

Залучити
інвестиції

Забезпечити
EBIT – 15 mln \$

Забезпечити
EV – 150 mln \$

Клієнти

Забезпечити об'єм
реалізації 115 mln \$

Забезпечити
перемогу
в тендерах у
ключових клієнтів

Розробити
продуктовий
портфель по
форматах

Стандартизувати
нові продукти

Запустити
«розумні рішення»

Процеси

Описати та
стандартизувати
ключові процеси

Запровадити
адекватне
бюджетування

Оцінити
ефективність
існуючих
виробничих
потужностей

Розглянути
можливість
збільшення
виробничих
потужностей

Організувати
логістичні центри

HR

Переглянути
організаційну
структуру

Створити
управлінські
команди в філіях

Розробити
і затвердити
систему мотивації

Розробити
і затвердити
систему
навчання