

adidas



Выполнили:  
Барабанщикова Елена  
Мейрумян Элен



# О компании



На протяжении уже более 80 лет компания **adidas** (адидаас) является символом успеха в мире спорта. История компании началась в 1920 году, когда молодой Ади Дасслер сшил свою первую пару спортивной обуви. Название **adidas** (сочетание первых слогов имени и фамилии основателя компании) появилось в 1948 году.

**adidas** — это спортивная обувь, одежда и аксессуары. Существует 3 подразделения Адидаас: **adidas Sport Performance**, **adidas Sport Heritage** и **adidas Sport Style**, которые обеспечивают фирме более 79% всего объема продаж.



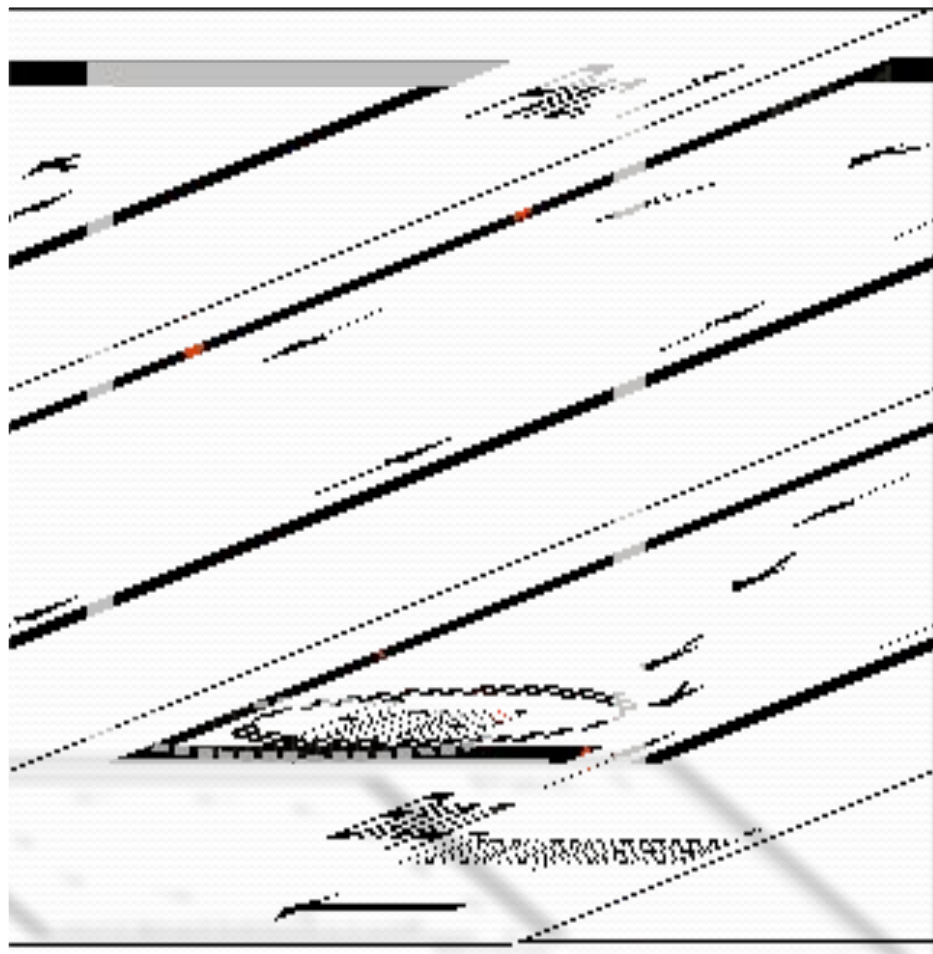
# Стратегические цели



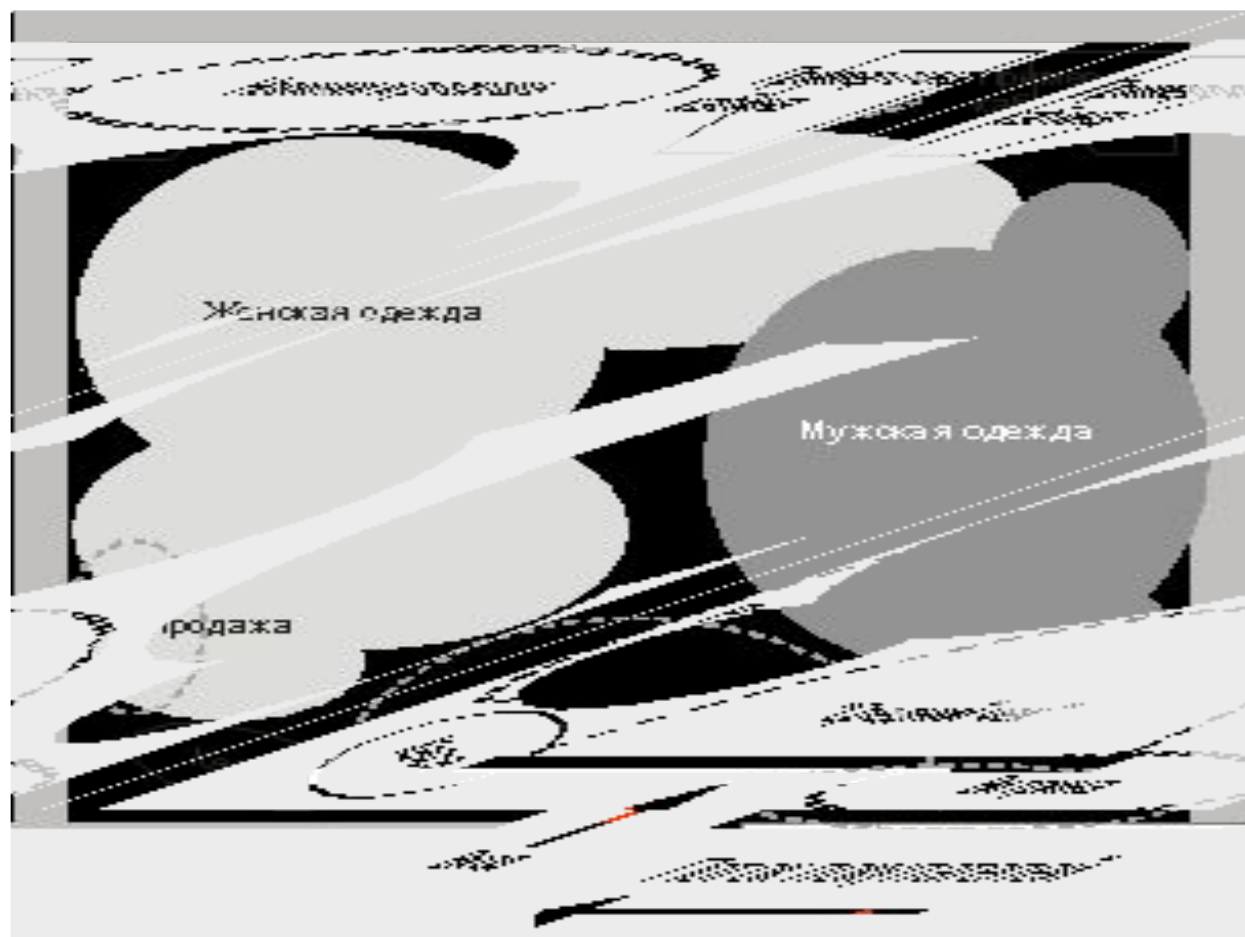
- предвидение требований потребителя
- улучшение качества предоставляемых услуг
- установление уровня цен с учетом конкуренции
- улучшение имиджа спортивной организации



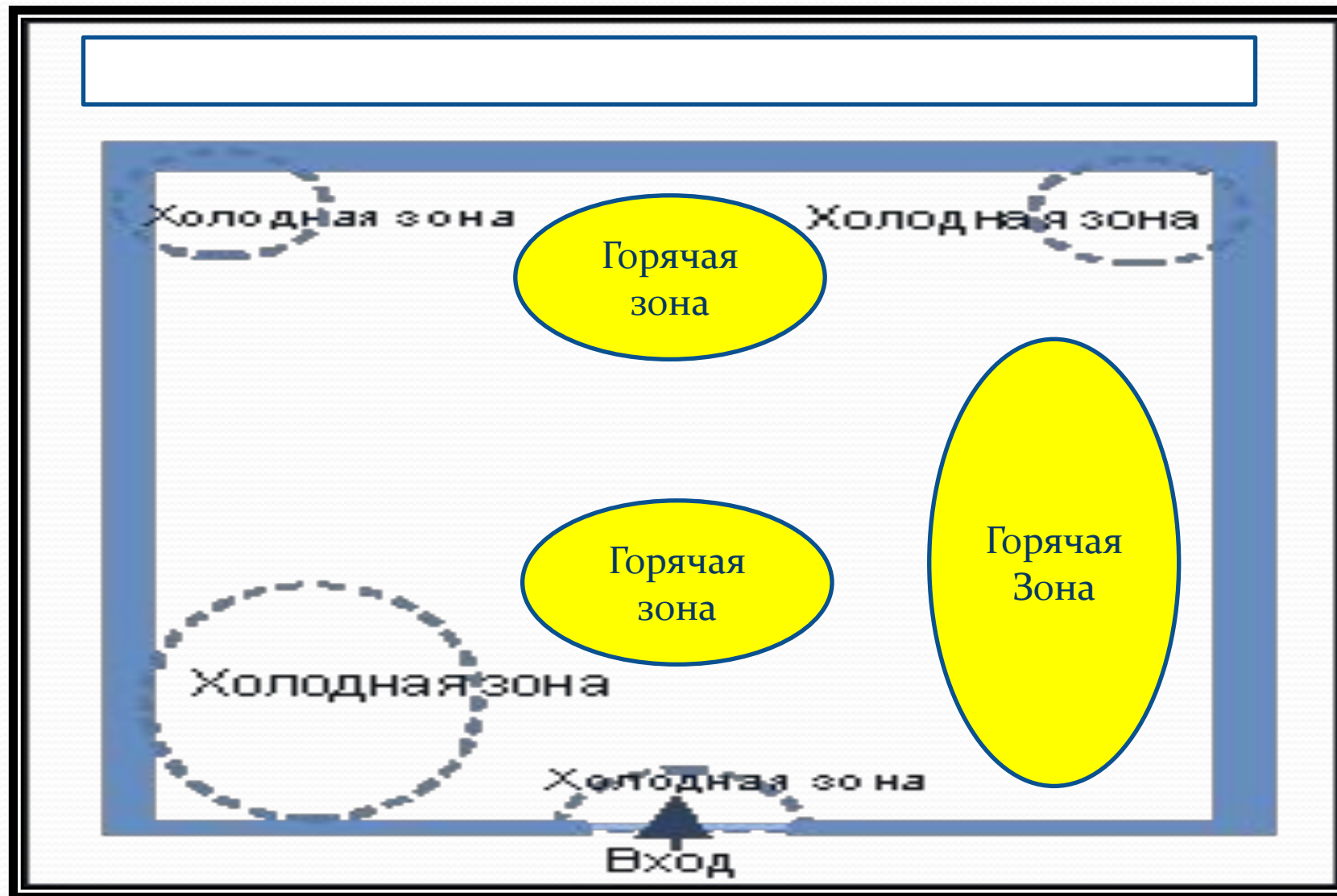
## Вход в магазин



## Зонирование магазина



# Горячие и холодные зоны в магазине



# Ассортимент товаров



- В магазине существует две коллекции: весна-лета, осень-зима. Каждые полгода происходит смена коллекций.
- Товар делится на следующие спортивные категории: баскетбол, футбол, теннис, бег, туризм, плавание, фитнес, дети и Originals. Товар каждой категории создан в соответствии с требованиями, предъявляемыми к конкретным видам спорта.

# Конкурентная среда

## Основные конкуренты компании «Adidas»

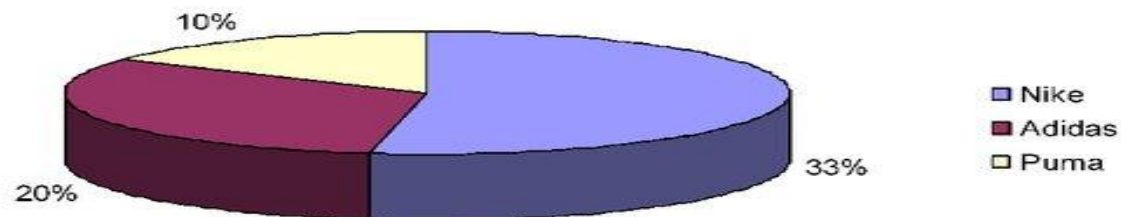
На сегодняшний день можно выделить 2-х основных конкурентов компании Adidas AG:

■ Nike

■ PUMA

На российском рынке спортивных товаров Adidas занимает лидирующую позицию.


Доля конкурентов на мировом рынке спортивных товаров в %





# ADIDAS GROUP

Компания мирового масштаба

<b>Adidas AG</b>	
	
Тип	Публичная компания
Листинг на бирже	FWB: ADIUF
Год основания	1949
Основатели	Адольф Дасслер
Расположение	 Германия, Херцогенрат
Ключевые фигуры	Герберт Хайнер (главный управляющий)
Страны	Производство спортивной одежды
Продукция	Товары для спорта
Оборот	▲ € 10,790 млрд <sup>Т</sup> (2008 год)
Операционная прибыль	▲ € 1,070 млрд <sup>Т</sup> (2008 год)
Чистая прибыль	▲ € 3,88 млрд <sup>Т</sup> (2014 год)
Число сотрудников	42,824 человек (2014 год)
Сайт	<a href="http://adidas.com">adidas.com</a>



## SWOT-анализ организации Адидас

### S (Сильные стороны):

- узнаваемость марки
- высокое искусство конкурентной борьбы
- высокое качество продукта

### W (Слабые стороны):

- товар не всегда есть в наличии
- зависимость от материала
- высокая цена

### O (Возможности):

- Развитие сети розничной торговли
- Расширение ассортимента товаров
- Завоевание новых сегментов рынка
- Уменьшение издержек производства

### T (Угрозы):

- высокая конкуренция
- рост требований
- со стороны госучреждений
- появление подделок

# Мерчандайзинг



Внешний вид магазина и предложенного товара это первое звено из цепи успеха в продаже продукции.

Стратегическая цель мерчандайзинга – максимально масштабное привлечение покупателей, в основе чего лежит визуализация товаров, которая решает множество промежуточных задач.

# Золотые правила визуального мерчандайзинга (Заключение)

- **Правило 1. Выделение товара на фоне его окружения.**  
(Количество товара, Цвет – всегда актуален, Логика света, POS-элементы не просто для крепления товара и показа цен.) Необходимо создавать такие комбинации товаров, чтобы они притягивали взгляд. Например, продукция, которая является приманкой для покупателя, а рядом – маржинальный товар.
- **Правило 2. Главные товары устанавливаются на уровне глаз(150-160 см.).** лучшие товары помещаются в «золотой треугольник»
- **Правило 3. Разнообразие радует.**
- **Правило 4. Необходимо создавать креативные имиджевые зоны.** Это могут быть фото или манекены. Они играют двойную роль в торговом зале: создают общий дизайн магазина и презентуют покупателям определенные образы в одежде.
- **Правило 5. Стоимость одежды должна фиксироваться четко,** а освещение должно подчеркивать оптимальность соотношения «цена – качество».
- **Правило 6. Создавая презентацию одежды, необходимо помнить, что ее представление должно быть трехмерным,** поскольку используется она людьми в пространстве. Таким образом, ее и необходимо представлять.

**Спасибо за  
внимание!**