

A top-down view of a white surface with various baking ingredients and hands. At the top, there is a wooden spoon with white powder, a woven basket with bread, a wooden rolling pin, and wheat stalks. In the center, the brand name 'С.Пудовъ' is written in large red letters, with 'ВСЕ ДЛЯ ВЫПЕЧКИ' below it in smaller grey letters. Below that, the slogan 'С любовью к жизни!' is written in a red cursive font. At the bottom, two pairs of hands are shown, one on the left and one on the right, both with flour on them. In the center of the hands, there are two heart-shaped cookies. The bottom of the image is divided into two colored blocks: a red one on the left and a yellow one on the right, each containing text.

# С.Пудовъ

ВСЕ ДЛЯ ВЫПЕЧКИ

*С любовью к жизни!*

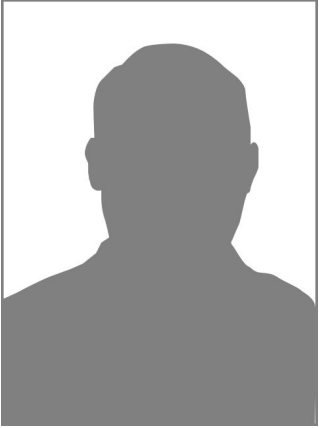
## Pudov

Производитель продуктов питания и товаров повседневного спроса.

Продуктовый портфель включает 12 товарных групп: от муки и мучных смесей, ингредиентов, глазурей, красителей до аксессуаров для выпечки и декора.

Контракты с федеральными сетями, дистрибуция по РФ.

«С.Пудовъ. Все для выпечки» развиваем через собственные оффлайн и онлайн каналы, работаем со всеми маркетплейсами.



**Пройдаков  
Петр Николаевич**  
Генеральный  
директор

**Капитан  
проектной  
команды**

«С.Пудовъ. Все для выпечки.» - продуктовое направление.

Управляем продуктовой матрицей как товарной категорией.

Архитектура матрицы разработана Pearlfisher.

## АНАЛИЗ ПРОЦЕССОВ

Критические процессы	Идеи. Уровень 1	Идеи. Уровень 2	Идеи. Уровень 3
Контроль выкладки товаров в торговой точке	Исключить чек-листы	Исключить ручную обработку и ошибки	Получить полноценный отчет аудита торговой точки
Расчет оптимального маршрута доставки до покупателя	Оптимальный маршрут по времени и стоимости	Прогноз сезонности	Понятный контрольный срок доставки
Динамическое ценообразование	Эффективный промо, расчет оптимальной глубины и длины скидки	Исключить убытки в нестабильное время рынков	Получение максимальной доходности
Автоматизация работы с отзывами	Упрощение мониторинга и обработки отзывов	Увеличение лояльности потребителей	Получение качественной обратной связи о продукте

# АНАЛИЗ ПРОДУКТА

	Задача	Вышестоящая задача	Подзадачи	Идеи продукта
С · П У Д О В Ь · В С Е Д Л Я В	Готовить любимую выпечку для своей семьи	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Заботиться о близких</i></li> <li>2. <i>Радовать вниманием</i></li> </ol>	<p>Найти рецепты блюд</p> <p>Купить ингредиенты, п/фабрикаты</p> <p>Подобрать инвентарь, приборы</p> <p>Исключить «неудачный результат»</p>	<p>С.Пудовъ. Все для выпечки.</p> <p>Платформа с рекомендательным сервисом от продуктов, ингредиентов, рецептов, инвентаря, готовых решений, учитывающим персональные предпочтения, опыт, привычки, достаток</p>
	Пользоваться диетой с учетом пищевых привычек, предпочтительного образа жизни	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Сохранить здоровье</i></li> <li>2. <i>Улучшить физическую форму</i></li> <li>3. <i>Учесть текущий образ жизни</i></li> </ol>	<p>Сформировать персонализированные рекомендации по диете</p>	<p>»Конструктор еды» - сервис рекомендующий диету на основе биологических данных о потребителях, информации о привычках и целях связанных со здоровьем</p>
	Приготовить из имеющихся в наличии у потребителя ингредиентов блюдо		<p>Подобрать подходящий рецепт</p>	<p>«Персональный шеф-повар» - сервис предлагает возможные рецепты блюд</p>

## АНАЛИЗ ТРЕНДОВ

1. Выявите тренды, которые по вашему мнению будут оказывать наибольшее влияние на ваш бизнес (не менее 10)
2. Выделите аспекты, которые с наибольшей вероятностью могут проявиться и оказать наибольшее влияние на рыночную ситуацию
3. Определите, какие изменения нужны, чтобы избежать негативных проявления или извлечь выгоду
4. Определите приоритетные задачи, которые нужно решить для внедрения этих изменений

ТРЕНД	ОЖИДАЕМЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ	НЕОБХОДИМЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ	ЗАДАЧИ
<b>Деглобализация</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сжимаются рынки</li> <li>2. Уменьшается предложение товаров</li> </ol>	<p>Диверсификация бизнеса</p> <p>Увеличение товарного предложения</p>	<p>Войти в соседние товарные ниши</p> <p>Расширить линейку производимых продуктов и товаров</p>
<b>Гиперперсонализация</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Потребитель повышает осведомленность о конкурентах и продукте, требует большей клиентоориентированности и индивидуального подхода</li> </ol>	<p>Глубокая работа с данными о своей аудитории</p>	<p>Создавать в режиме реального времени для пользователя то предложение, которое ему сейчас нужно</p>
<b>Экономика впечатлений</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Продажа через storytelling...</li> <li>2. Оффлайн преобразуется в многофункциональные пространства</li> <li>3. Геймификация</li> </ol>	<p>Генерация контента и соответствующих механик</p>	<p>Создать сервис для оценки впечатлений и условия для изменения поведения потенциальных клиентов</p>

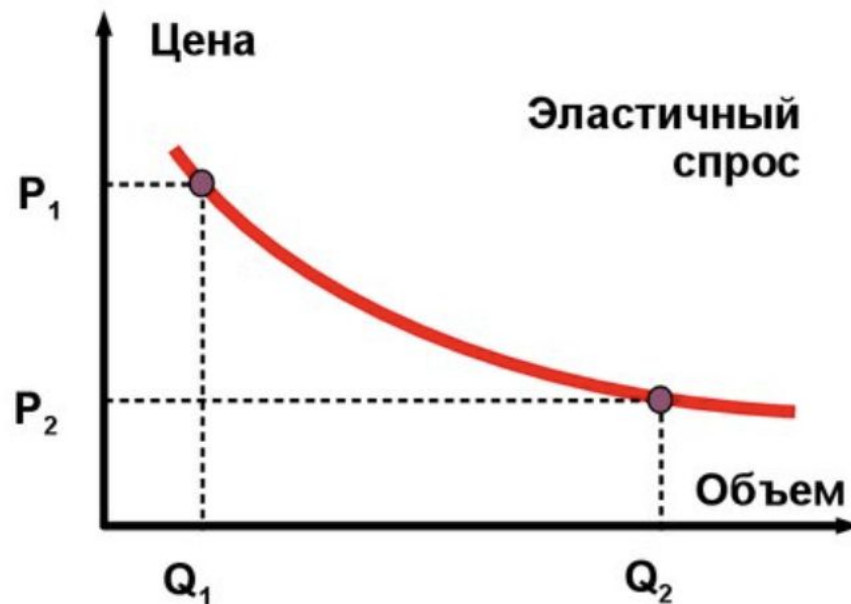
## ПРИОРИТИЗАЦИЯ ИДЕЙ

1. Динамическое ценообразование
2. Автоматизация работы с отзывами
3. Контроль выкладки товаров
4. Рекомендательный сервис «С.Пудовъ. Все для выпечки»
5. Расчет оптимального маршрута доставки до покупателя
6. «Персональный шеф-повар»
7. «Конструктор еды»
8. Сервис для оценки впечатлений
9. Платформа формирующая для пользователя то предложение, которое ему сейчас нужно

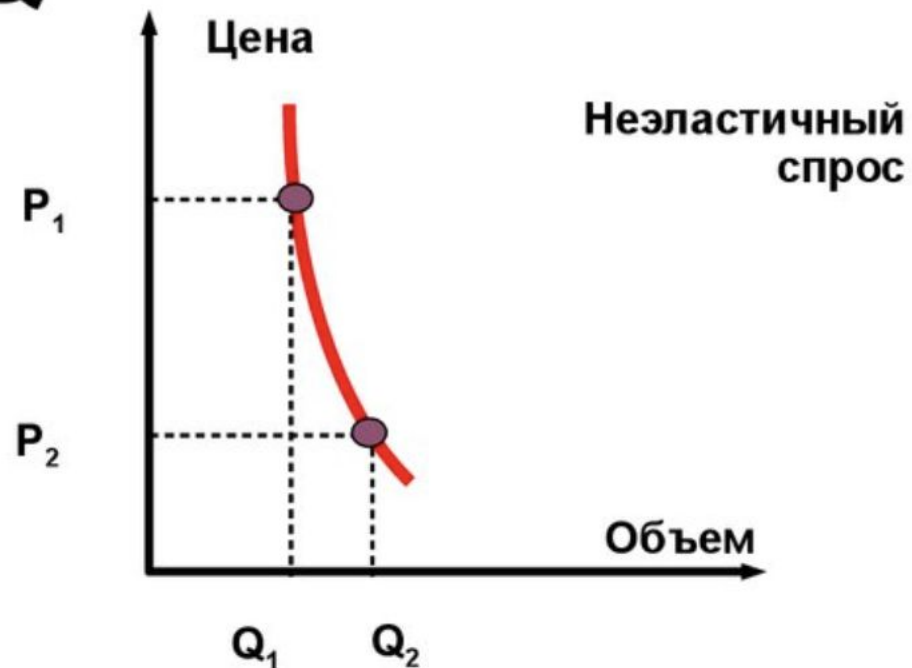
Динамическое ценообразование на основе анализа товарооборота

# Влияние эластичности спроса на изменение выручки продавца

$$TR = P * Q$$



Если спрос эластичен – то уменьшение цены приведет к увеличению выручки



Если спрос неэластичен – то уменьшение цены приведет к уменьшению выручки