



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**
ВЫСШАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ШКОЛА

АТТЕСТАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: “Разработка стратегического продвижения продуктов «Эм-Си Премикс» на рынок производства строительных материалов”

Выполнил: Туманин Евгений Владиславович

Научный руководитель:

к.э.н. Стельмашонок Виталий Леонидович

**Санкт-Петербург
2022**

О КОМПАНИИ

ООО Эм-Си Баухеми – созданная в 2001 году на базе концерна «МС-Vauchemie» (Германия) и группы компаний «ОТЛИ» (Россия) предприятие, основной деятельностью которой, является производство материалов строительной химии в сегменте B2B.

386 чел.

Численность
персонала в России

5 ЗАВОДОВ

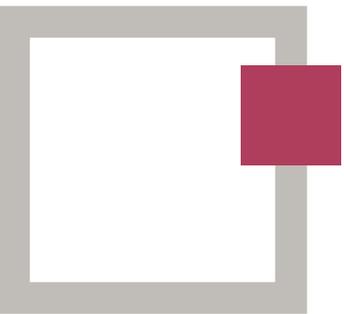
Лен. Область
Москва
Краснодар
Тюмень
Самара

5 МЕСТО

Входит в пятерку на
строительном рынке



<p><u>Ключевые партнеры:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поставщики сырья 2. Региональная дистрибьюторская сеть. 3. Экспертные организации такие как: Проектные институты, Научные институты типа НИИЖБ имени А.А. Гвоздева, профильные ассоциации производителей оборудования 	<p><u>Ключевые виды действия:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Продукция и технологии представляют собой системы, предназначенные для комплексного решения строительных задач от проектирования и строительства до отделки, защиты и ремонта. 	<p><u>Ценностные предложения:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разрабатывает комплексное технико-экономическое решение 2. Оказание бесплатных консалтинговых услуг и обучений в инженерной и коммерческой части. 	<p><u>Взаимоотношения с клиентами:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Дистанционные и очные обучения силами Отдела маркетинга. 2. Участие в отраслевых конференциях и форумах. 3. Эксперты рынка: научные институты, профессиональные ассоциации, проектные институты. 4. Регулярно предоставляет техническая поддержка 	<p><u>Сегменты потребителей:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Заводы, производящие бетон и железобетонные изделия, генеральный подрядчик, субподрядчик на строительном объекте.
<p><u>Структура расходов:</u></p> <p><u>Переменные затраты:</u> себестоимость проданных товаров: 1 806 507 млрд руб</p> <p><u>Постоянные затраты:</u> коммерческие расходы: 577 095 млн руб., управленческие расходы: 343 871 млн руб</p>		<p><u>Потоки выручки:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Рынок продуктов для выпуска железобетонных изделий = 2,25 млрд руб. - Рынок продуктов для выпуска товарного бетона = 3,8 млрд. руб. - Рынок продуктов для плитки для благоустройстве в России составляет около 1,1 млрд. руб 		



SWOT

S

1. Высокий авторитет компании на рынке – 20 лет.
2. Широкий ассортимент продукции.
3. Опытная и сильная команда отдела продаж.
4. Наличие производственных площадок в регионах.

W

1. Сильная привязка клиентской базы к менеджерам.
2. Отсутствие собственного производства сырьевой базы.
3. Отсутствие альтернативных поставщиков сырья.

SO

1. Создание единого регионального инженерного центра технической поддержки клиентов.
2. Разработка online платформы для повышения технических компетенций клиентов.
3. Программа продвижения продуктов.

WO

1. Собственное производства сырьевой базы – синтез.
2. Сосредоточить экспертизу в центре технической поддержки.

ST

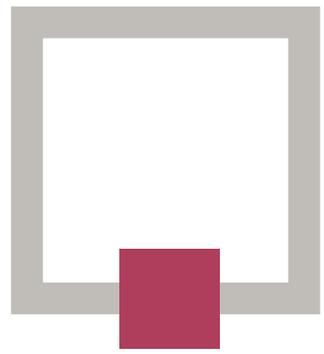
Продвижение продуктов "Эм-Си Премикс", как сырьевых основ, для клиентов желающих самостоятельно производить строительную химию.

WT

Создать барьеры для конкурентов в виде реализации программы продвижения продуктов "Эм-Си Премикс",

- ## O
1. Переход рынка на продукты нового поколения.
 2. Ориентация клиентов на экономию с 1 м3 бетона.
 3. Низкий уровень технической квалификации клиента.
 4. Рост цен на цемент, песок, щебень.
- ## T
1. Клиенты самостоятельно производят строительную химию.
 2. Демпинг по ценам от конкурентов.
 3. Низкий порог входа в производство строительной химии.

ПРОБЛЕМА У КЛИЕНТА

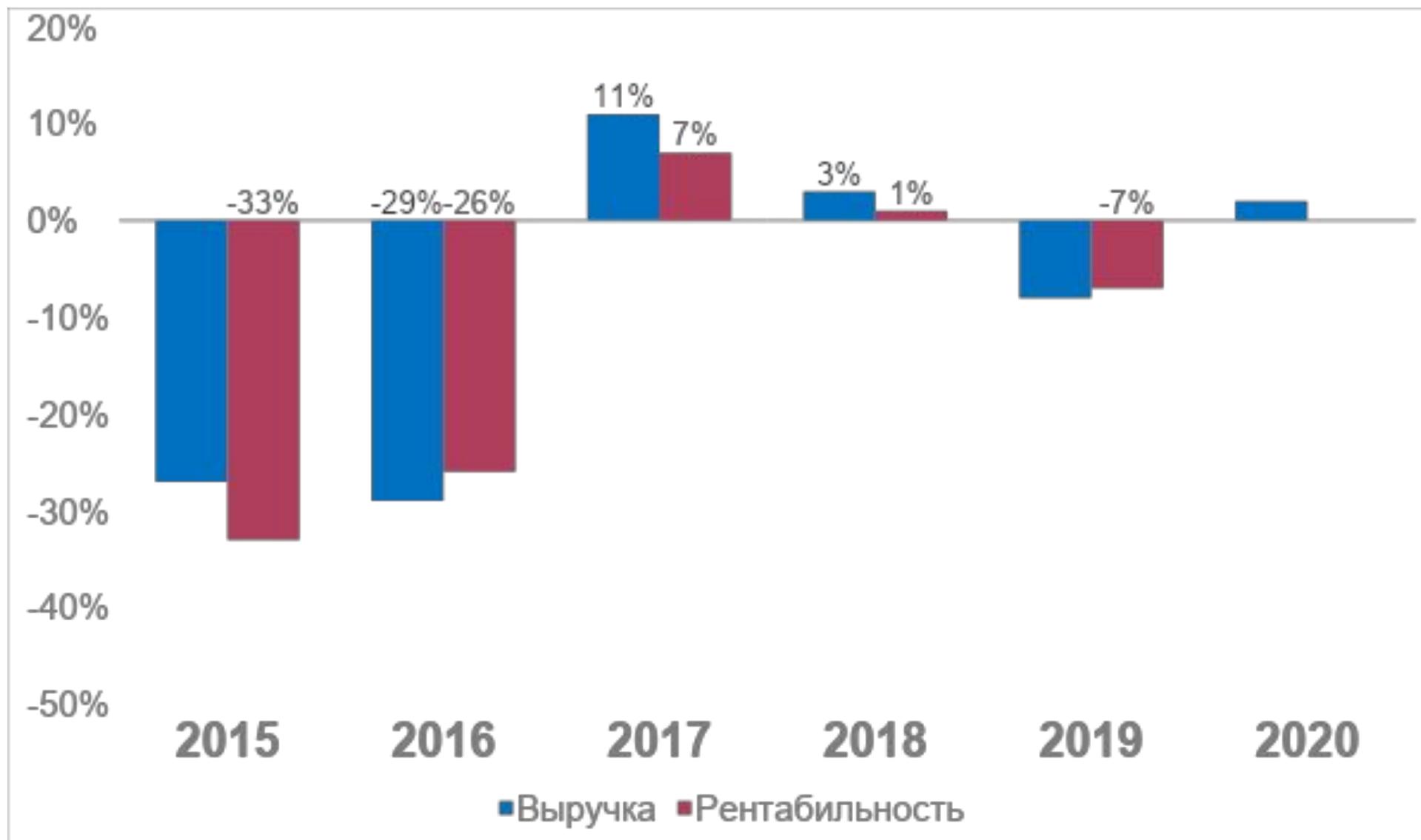


Низкая маржинальность бизнеса производства бетона

С целью снижения себестоимости: покупка собственной сырьевой базы

Экономия: нет лабораторий для контроля бетона, не качественная строительная химия.

ПРОБЛЕМА ДЛЯ КОМПАНИИ



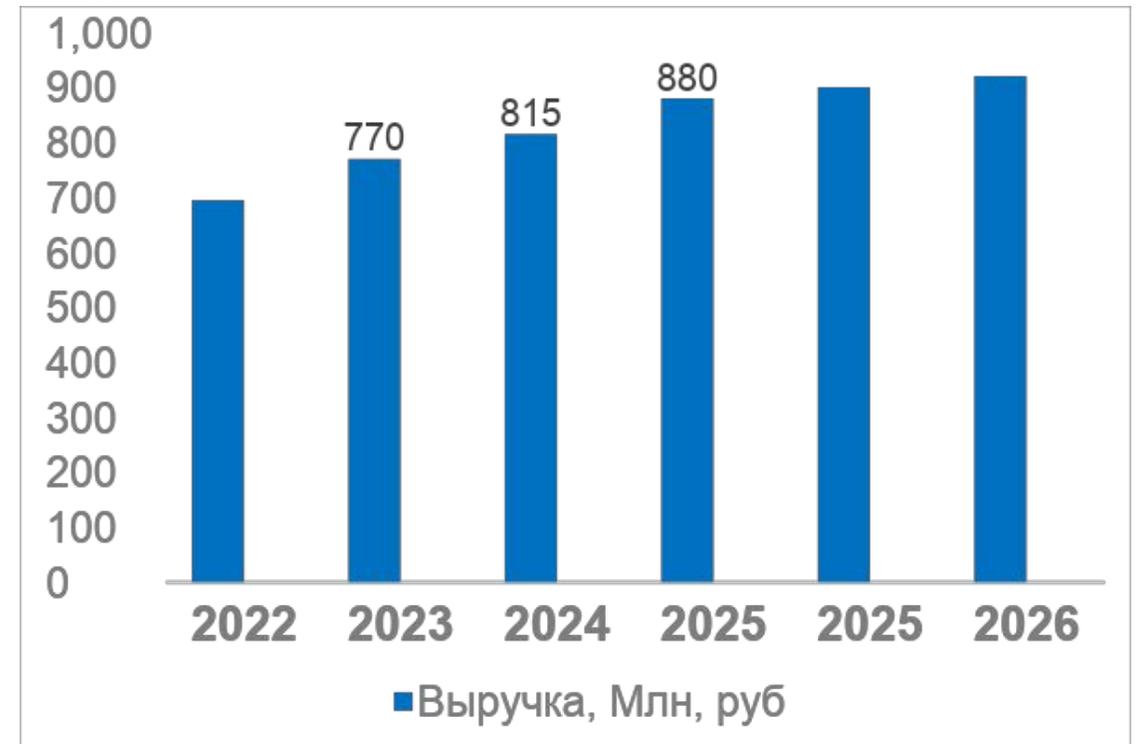
ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

К 2026 году за счет развития новой ниши производство клиентами собственных добавок для производства строительных материалов, сократить отрицательную динамику показателей выручки (-47%) и рублевой рентабельности (-50%), продолжающееся с начала 2014 года

Разработка стратегии продвижения

Разработка серии продуктов «Эм-Си Премикс» на базе собственного синтеза

Развитие дополнительного сервиса для клиента в виде предоставления оборудования и сопровождения технологии производства собственных добавок для производства строительных материалов.



Стейкхолдеры

Сохранение удовлетворенности

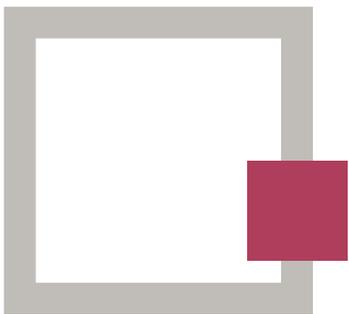
- Потенциальный клиент – руководство, собственники.
- ТОП менеджмент (Генеральный директор, Коммерческий директор, Финансовый директор, Совет директоров компании)

Мониторинг и низкий уровень вовлечения

- Региональный директор по направлению Бетонная индустрия
- Центр качества- отдел технологов.
- Прямые конкуренты.
- Остальные менеджеры по продажам не участвующие в проекте.

Полное информирование о ходе изменений

- Руководители отделов продаж в округах ПФО, СФО, ЮФО и ЦФО.
- Поставщик оборудования для производства строительной химии.
- Ответственное лицо со стороны клиента – технолог завода.



КОМАНДА ПРОЕКТА

Руководитель проекта

Руководитель по развитию новых проектов

Продакт менеджер

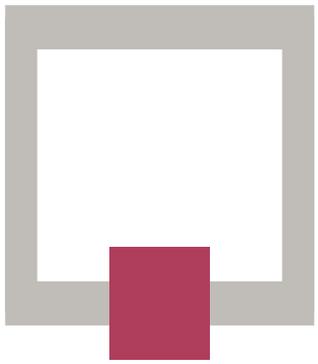
Отдел разработок:
руководитель отдела и
разработчик

Ведущий менеджер по
продажам из г.Томск

Менеджеры по продажам

Поставщик оборудования





Риски проекта

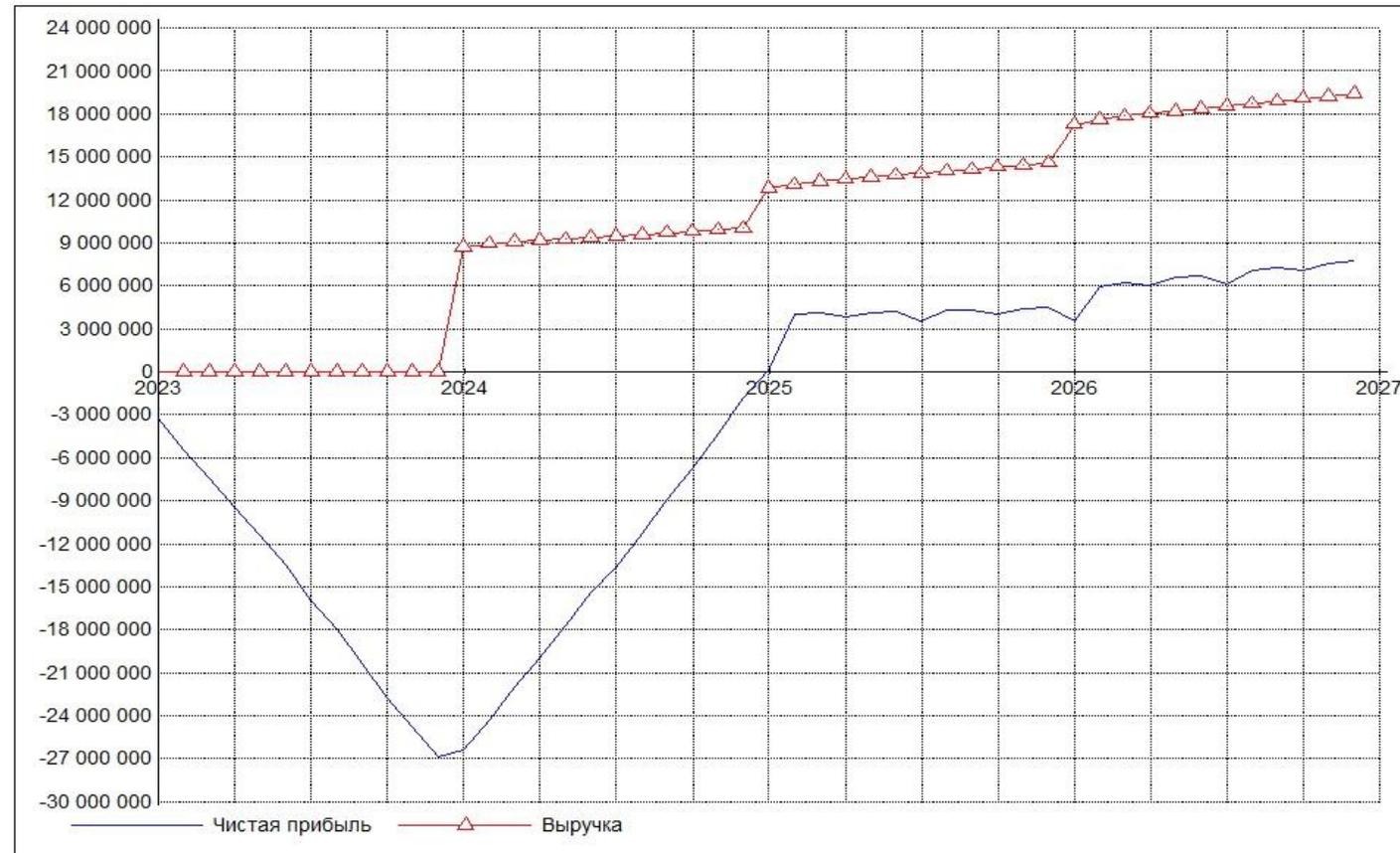
Этап проекта	Описание риска	Экспертная оценка риска (5 бальная шкала)	Вероятность риска	Оценка с учетом вероятности	Стратегия работы с риском
Оценка рынка	Ложная оценка	3	30%	1,5	минимизация
Разработка продукта	Срыв сроков и проблемы с поставщиками	5	50%	2,5	избежание
Выбор поставщиков оборудования	Не соответствие заявленных качественных характеристик оборудования	5	50%	2,5	передача
Внедрение продукта	Стабильность качества и не соблюдение технологии клиентом	5	70%	3,5	минимизация

График окупаемости

Интегральные показатели

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования	31,00 %
Период окупаемости, PB	25 мес
Дисконтированный период окупаемости, DPB	28 мес
Средняя норма рентабельности, ARR	143,97 %
Чистый приведенный доход, NPV	47 945 231
Индекс прибыльности, PI	3,07
Внутренняя норма рентабельности, IRR	124,90 %
Длительность, D	2,65 лет

График прибыли



**БЛАГОДАРЮ ЗА
ВНИМАНИЕ!**

ВОПРОСЫ?

Спасибо за внимание!



BE SURE. BUILD SURE.
БУДЬ УВЕРЕН. СТРОЙ УВЕРЕННО.

Интегральные показатели



Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования	31,00 %
Период окупаемости, РВ	25 мес
Дисконтированный период окупаемости, DPB	28 мес
Средняя норма рентабельности, ARR	143,97 %
Чистый приведенный доход, NPV	47 945 231
Индекс прибыльности, PI	3,07
Внутренняя норма рентабельности, IRR	124,90 %
Длительность, D	2,65 лет

КАК ЕСТЬ

Зависимость от трёх поставщиков сырья

Ежегодное потеря рынка из-за демпинга и высокой конкуренции

Ежегодное снижение рентабельности

Новая ниша

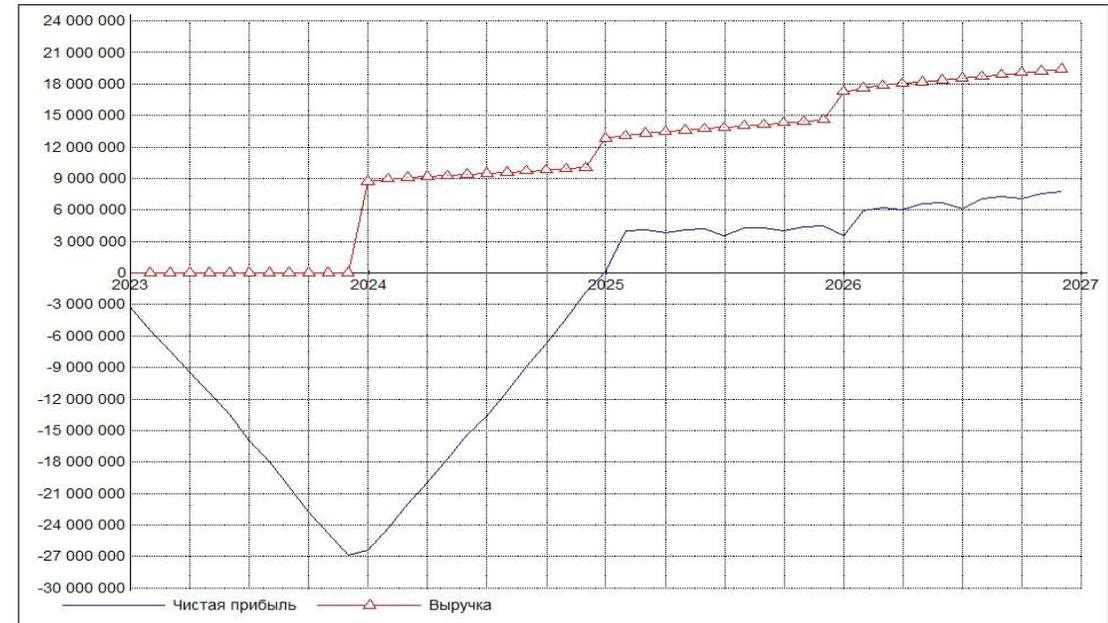
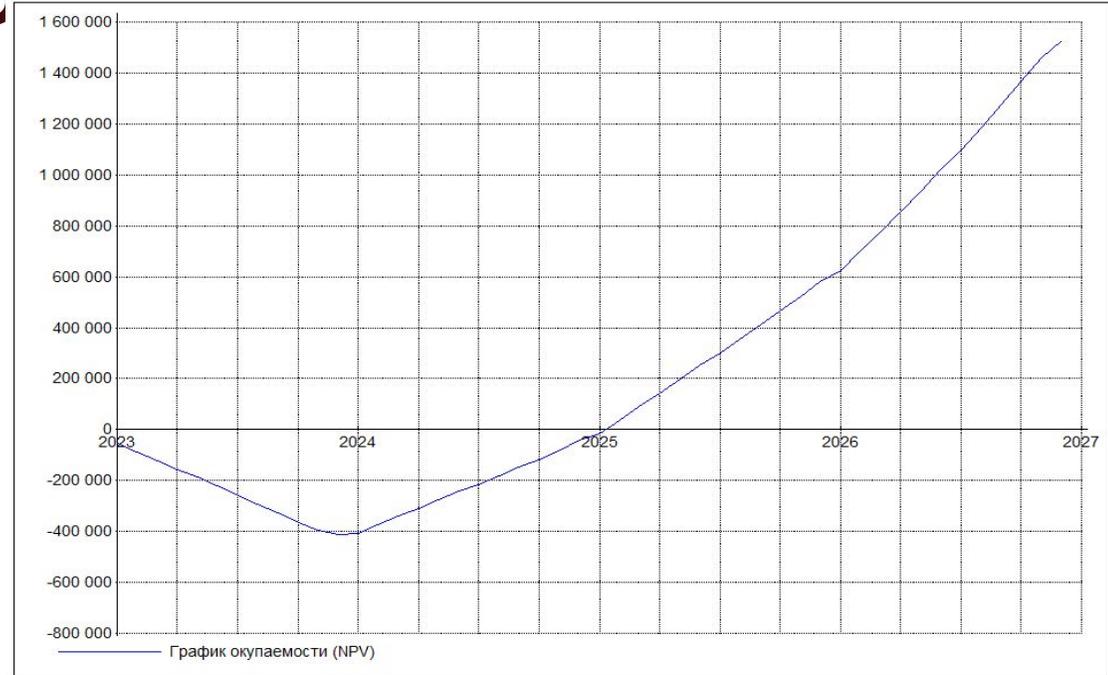
Собственное производство-синтез сырья

Рост выручки и рентабельности

КАК БУДЕТ

График окупаемости

Показатель	Рубли
Ставка дисконтирования	31,00 %
Период окупаемости, РВ	25 мес
Дисконтированный период окупаемости, DPВ	28 мес
Средняя норма рентабельности, ARR	143,97 %
Чистый приведенный доход, NPV	47 945 231
Индекс прибыльности, PI	3,07
Внутренняя норма рентабельности, IRR	124,90 %
Длительность, D	2,65 лет



АНАЛИЗ РЫНКА

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

СТЕЙКХОЛДЕРЫ

АНАЛИЗ РЫНКА

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

СТЕЙКХОЛДЕРЫ

Стратегия выхода ООО ТЕХНОЛОГИЯ на международный рынок

Выполнил слушатель

Иванов Сергей Петрович

Научный руководитель

К.э.н. **Стельмашонок Виталий Леонидович**

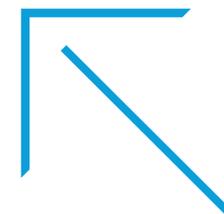
ПРЕЗИДЕНТСКАЯ ПРОГРАММА
подготовки управленческих кадров



О КОМПАНИИ

ООО Технология – российская высокотехнологичная компания, осуществляющая разработку ПО для управления морскими и речными судами

Топ компаний-разработчиков в России

A large, stylized gold number '10' is positioned to the right of the text 'Топ компаний-разработчиков в России'. The number is composed of a vertical bar for the '1' and a circular shape for the '0', both in a gold color.

Стратегия выхода ООО ТЕХНОЛОГИЯ на международный рынок

Выполнил слушатель
Иванов Сергей Петрович
Научный руководитель
К.э.н. **Стельмашонок Виталий Леонидович**

ПРЕЗИДЕНТСКАЯ ПРОГРАММА
подготовки управленческих кадров

