ПО ДРУГУЮ
СТОРОНУ
PRIVATE LABEL

Лилия Комарова

Директор по маркетингу

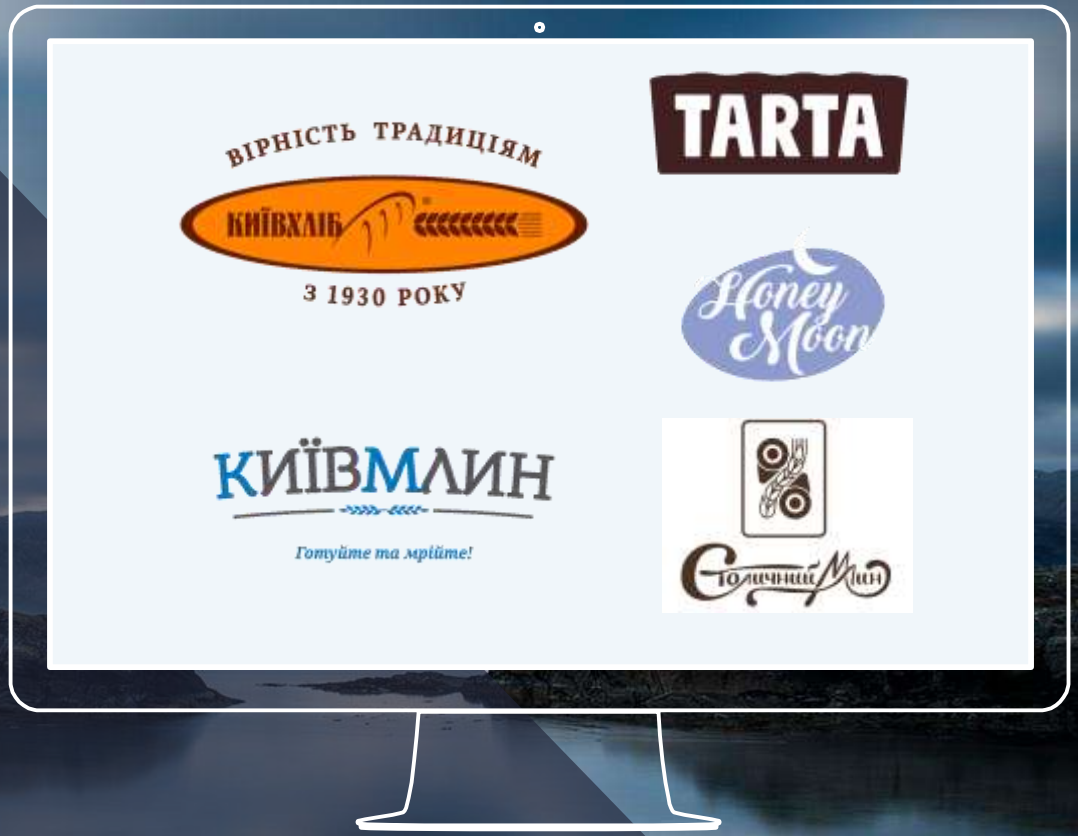
Бизнес холдинг

5 лет в ритейле в направлении PL

8 лет опыта в маркетинге в производственных компаниях

Эксперт рынка FMCG

ПОРТФЕЛЬ БРЕНДОВ



РИТЕЙЛ

67 %

ДОЛЯ ЦИВИЛИЗОВАННОЙ РОЗНИЦЫ
ДАННЫЕ КОМПАНИИ NIELSEN
2017
В АУДИРУЕМЫХ КАТЕГОРИЯХ
(НЕ ВХОДЯТ КАТЕГОРИИ ХЛЕБ, ФРЕШ, ВЕСОВАЯ БАКАЛЕЯ)

БИЗНЕС СТРАТЕГИЯ

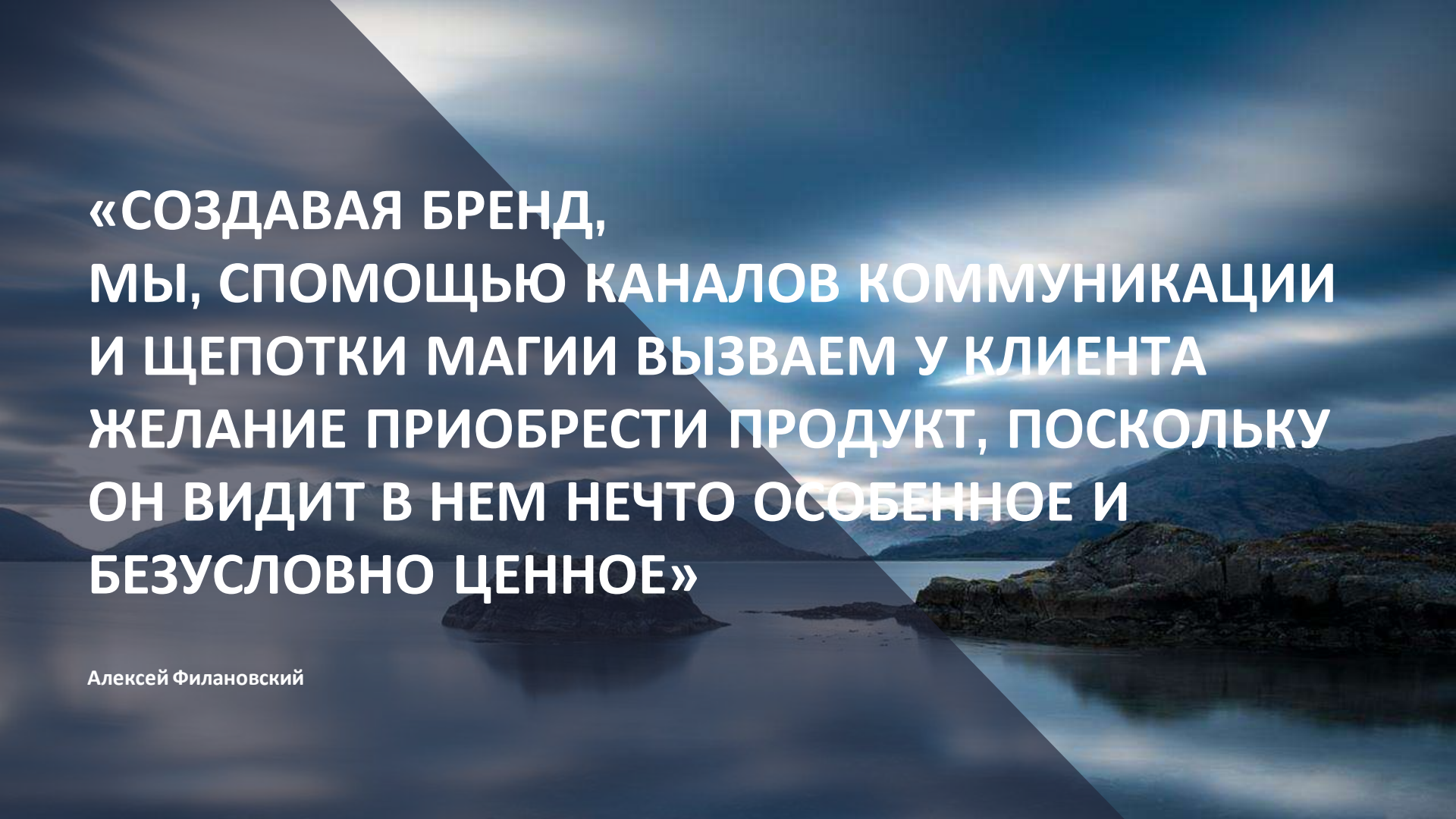
КАК МЫ БУДЕМ ЗАРАБАТЫВАТЬ ДЕНЬГИ?
НА КАКОМ РЫНКЕ?
С ПОМОЩЬЮ КАКОГО ПРОДУКТА?

ТРИ ПРЕИМУЩЕСТВА

ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ

ОПЕРАЦИОННОЕ

МАРКЕТИНГОВОЕ



«СОЗДАВАЯ БРЕНД, МЫ, СПОМОЩЬЮ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ И ЩЕПОТКИ МАГИИ ВЫЗВАЕМ У КЛИЕНТА ЖЕЛАНИЕ ПРИОБРЕСТИ ПРОДУКТ, ПОСКОЛЬКУ ОН ВИДИТ В НЕМ НЕЧТО ОСОБЕННОЕ И БЕЗУСЛОВНО ЦЕННОЕ»

Алексей Филановский

БРЕНД

ВЫЗЫВАЕТ ЭМОЦИИ

ПОБУЖДАЕТ КУПИТЬ ИМЕННО ВАШ ПРОДУКТ

СТРОИТ ВОСПРИЯТИЕ О ВАШЕМ ПРОДУКТЕ

СТИМУЛИРУЕТ СОВЕРШАТЬ РЕГУЛЯРНЫЕ ПОКУПКИ

БРЕНД
КАК СПОСОБ
РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

ПОМОГАЕТ БИЗНЕСУ РАСТИ

ПОМОГАЕТ БИЗНЕСУ ВЫЖИТЬ В КРИЗИС

ДОБАВЛЯЕТ ЦЕННОСТЬ КОМПАНИИ

ВДОХНОВЛЯЕТ И ВОВЛЕКАЕТ СОТРУДНИКОВ

ДЕЛАЕТ КОМПАНИЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМ РАБОТОДАТЕЛЕМ

МАРКЕТИНГ БРЕНДА ДЛЯ БИЗНЕСА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ В РАЗВИТИИ

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ

МАРКЕТИНГ 3.0

	МАРКЕТИНГ 1.0 ПРОДУКТЫ	МАРКЕТИНГ 2.0 КЛИЕНТЫ	МАРКЕТИНГ 3.0 ЦЕННОСТИ
ЗАДАЧИ	Создавать продукты	Удовлетворять и удерживать клиентов	Делать мир лучше
КЛЮЧЕВАЯ МАРКЕТИНГ КОНЦЕПЦИЯ	Разработка продукта	Дифференциация	Ценности
ПРЕИМУЩЕСТВА ДЛЯ КЛИЕНТОВ	Функциональные	Функциональные и эмоциональные	Функциональные, эмоциональные и духовные

КОГДА ВОЗМОЖЕН PRIVATE LABEL?

ЭТАП ВХОДА НА РЫНОК

НЕТ БРЕНДА

НЕ ЗАНЯТЫЕ СОБСТВЕННЫМ БРЕНДОМ МОЩНОСТИ. ЧЕК ЛИСТ

БРЕНД КАТЕГОРИИ А и В

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ

БРЕНД КАТЕГОРИИ А

ЧЕК ЛИСТ

АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТА ПОД СОБСТВЕННЫМ БРЕНДОМ:

1. BCG ПО ДИНАМИКЕ И ОБЪЕМУ ПРОДАЖ
2. ПАРЕТО ПО МАРЖИНАЛЬНОСТИ

ПОСТРОЕНИЕ MML ДЛЯ АКТИВНОЙ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

95 %

75%

50%

ЗАДАЧА ОТДЕЛУ ПРОДАЖ

ВНЕДРЕНИЕ ПРОДУКТОВЫХ МАТРИЦ

ЕСТЬ ЛИ СВОБОДНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ МОЩНОСТИ?

MUST HAVE

для производителя

- Быть проактивным в адрес ритейлера
- Обновление ассортимента – тактическая задача
- Развитие Бренда – стратегическая задача
- Вкладывать ресурсы и инновации в развитие Категорий

MUST HAVE

для производителя

Главная задача в Бизнесе - продать!

…не произвести

МАРКЕТИНГ + ПРОДАЖИ

РЕВОЛЮЦИЯ PRIVATE LABEL

РОСТ РЫНКА ЧЕРЕЗ КОНКУРЕНЦИЮ

СПАСИБО!

FB ЛИЛИЯ КОМАРОВА