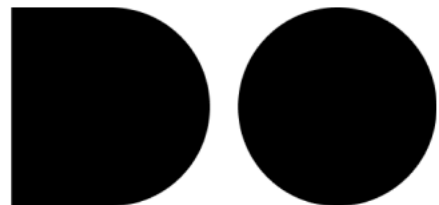


BINGO
Marketing Team



ЭКСПРЕСС
КУБАНЬ

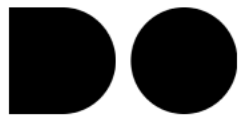


КЕЙС 1

**КОМПАНИЯ ООО «ЭКСПРЕСС-
КУБАНЬ»**

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ
КОМПАНИИ –
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ**

Научный руководитель: Изакова Наталья Борисовна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ



КОМПАНИЯ ООО «ЭКСПРЕСС-КУБАНЬ»

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ –
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ →
компания заинтересована в
новых продуктах (например
алкогольной продукции)**



ДОЧЕРНЯЯ КОМПАНИЯ:

Предприятие производит пивную продукцию

Предприятие ведет социальную активность

Преимущества предприятия, которое выкупила ЭКСПРЕСС-КУБАНЬ:

Выращивание пшеницы высокого качества для производства спирта

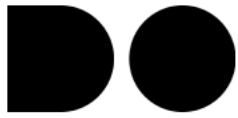
Большой опыт производство водки

Безалкогольные напитки в алюминиевых банках

Работа с оптовиками на рынке алкогольной продукции

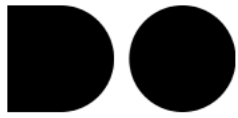
Магазины самообслуживания с системой дисконтных карт.

Продажа сортов пива в собственном ПАБЕ



АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

- 1 АО «Сады Придонья»
- 2 АО «Мултон» Нектары «Добрый»
- 3 ООО «Комплекс-Агро» Нектары «Бери и Пей»



УТП конкурентов основной компании

- 1 Большая распространённость марки “Добрый” на рынках всей России
- 2 Эксклюзивный сок с 100% натуральным составом
- 3 Морсы, витаминные соки и «Вода+Сок»



УТП лидеров слабоалкогольной продукции:



1 Качество продукции и ее соответствие стандартам

(Компании работают в соответствии с высокими стандартами качества, имеют собственные

лаборатории контроля качества и сертификацию соответствующих организаций)



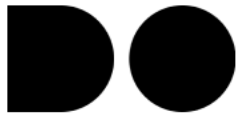
УТП лидеров слабоалкогольной продукции:

2

Инновации и уникальность продукции

(Расширение ассортимента с новыми вкусами + выпуск безалкогольной продукции.)

Производство национальных напитков на основе местных растений и ягод)



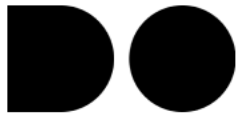
УТП лидеров слабоалкогольной

продукции:



Продвижение продукции и маркетинговые стратегии

(Спонсорство спортивных мероприятий и культурных событий + активное участие в социальных сетях и организация интерактивных розыгрышей)



SWOT-АНАЛИЗ

Strengths (Сильные стороны):

- Широкий выбор товаров
- Обширная дистрибьюторская сеть
- Надежные и эффективные поставщики сырья
- Высокотехнологический подход к разработке новых продуктов

Weaknesses (Слабые стороны):

- Высокая конкуренция на рынке напитков
- Высокие цены на продукцию
- Проблемы с управлением инвентаризацией и складскими запасами
- Изменение вкусовых предпочтений потребителей



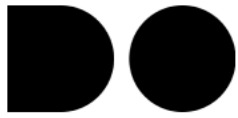
SWOT-АНАЛИЗ

Opportunities (Возможности):

- Расширение рынка продаж
- Развитие новых каналов сбыта (например, промо-акции и скидки на товары, продажа через интернет)
- Разработка новых продуктов, отвечающих текущим вкусовым тенденциям
- Повышение эффективности производства
-

Threats (Угрозы):

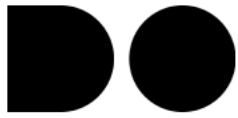
- Конкуренция со стороны других производителей напитков
- Изменение налоговой политики и законодательства в отношении продажи этих товаров
- Экономические кризисы и нестабильность рынка
- Сезонность спроса на определенные виды напитков
- Отказ других стран в торговых отношениях с РФ



КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА 4P

1 продукт

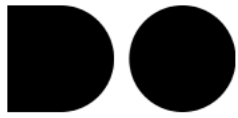
- Интересный и необычный вкус
- Цепляющая и необычная упаковка, которую можно собирать (собрав всю коллекцию получаешь приз)
- Продукт будут потреблять: спортивные болельщики и все совершеннолетние (в будущем можно запустить безалкогольную версию)
- Брендировается: под каждый вкус свой персонаж, в том числе и под каждую специфику
- На каждой упаковке есть QR-код при наведении 3д модель героя анимируется
- На крышечках маленькое изображение героя



КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА 4P

2 цена

- Ценность продукта: ностальгия потребителей по детству и сказкам, новая интерпретация
- Уникальность - каждая бутылочка, это определенный герой какой-то уже существующей истории
- Цена будет средней: примерно от 90 до 150 рублей за баночку
- Объем: 0,5
- Скидки и акции: при покупке 2-х напитков из серии 3-ий в подарок.
- При сборе полной коллекции можно получить купон на скидку этой продукции



КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГА 4P

3 каналы распространения

- Розничные магазины
- Пабы и рестораны

4 продвижение

- Спонсирование спортивных мероприятий
- Интерактивные онлайн-игры по мотивам сказок



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

цели

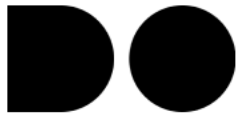
- запустить совершенно новый продукт, создав приятный образ близости бренда с культурой страны
- завоевать рынок и стать популярнейшим напитком в большинстве регионах РФ



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

шаги

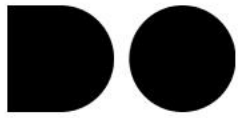
- 1 Создание уникального решения, интеграция героев российских сказок в брендинг товара
- 2 Проведение как собственных мероприятий, так и активное спонсирование спортивных
- 3 Использование онлайн-платформ для контакта потребителя с анимированными героями.



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

шаги

- 4 Ведение социальных сетей
- 5 Постоянные акции, купоны и скидки для стимулирования сбыта
- 6 Обновление и добавление новых героев
- 7 Социальные инициативы



ПРИМЕРЫ ПРОДУКЦИИ

Сидр классический
“молодильные
яблочки”



Сидр со вкусом
лесных ягод “зелье
Бабы Яги”



СЛАДКАЯ
МАЛИНА



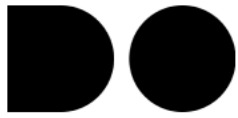
ДОН ЖУАН
БАНАН



ОСТРЫЙ ИМБИРЬ

ИКИБАН
БАНАН





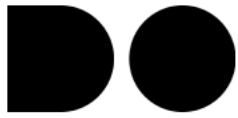
САМЫЕ ПЬЮЩИЕ РЕГИОНЫ РФ

за прошлый год
среднестатистический
россиянин употребил:

- **52,2 литра** пивной продукции (пиво, пивные напитки, сидр, пуаре, медовуха)

...и пива

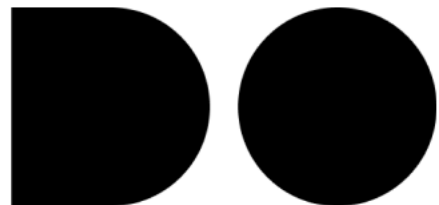




ВЫВОДЫ

Предприятие имеет большой опыт производства алкогольной продукции – на основе этого опыта можно производить новые слабоалкогольные напитки (многие иностранные бренды ушли и на их место может прийти продукция предприятия)

BINGO
Marketing Team



**ЭКСПРЕСС
КУБАНЬ**



КЕЙС 1

**КОМПАНИЯ ООО «ЭКСПРЕСС-
КУБАНЬ»**

**СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ
КОМПАНИИ –
ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ**

Научный руководитель: Изакова Наталья Борисовна, к.э.н., доцент кафедры маркетинга и международного менеджмента УрГЭУ