

# Планируем маркетинг 2016: Леруа Мерлен

Дмитриев Дмитрий, директор по  
маркетинговым коммуникациям



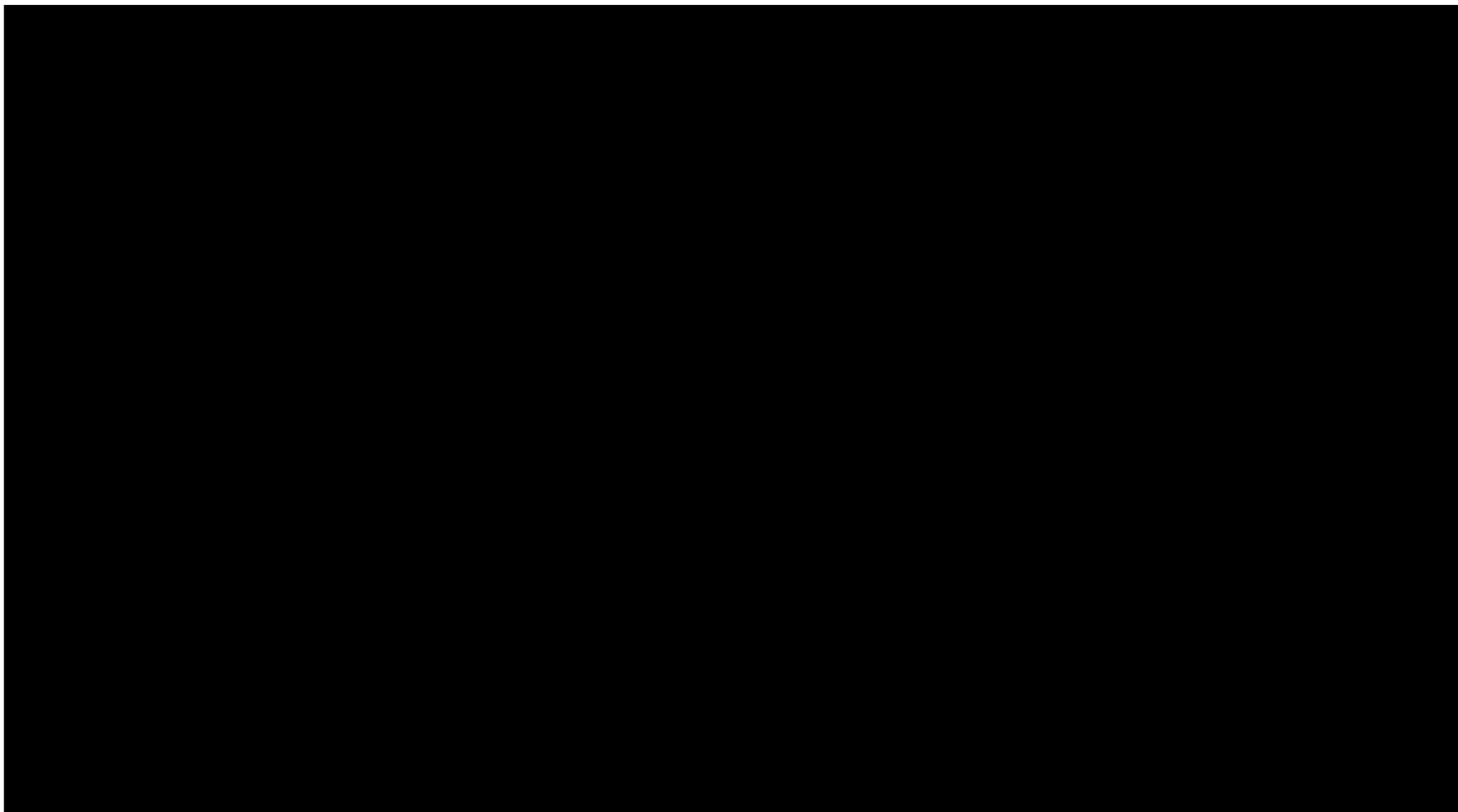
**TOP**  
**Marketing**

MoscowBusinessForum

# Содержание

- ◆ Что общего между Леруа Мерлен и FMCG?
- ◆ В чем успех Леруа Мерлен в России?
- ◆ Анализ кризиса 2014-2015
- ◆ Что делаем в 2016
- ◆ Омниканальность – наше будущее

# Что общего между Леруа Мерлен – DIY и товарами массового спроса – FMCG?



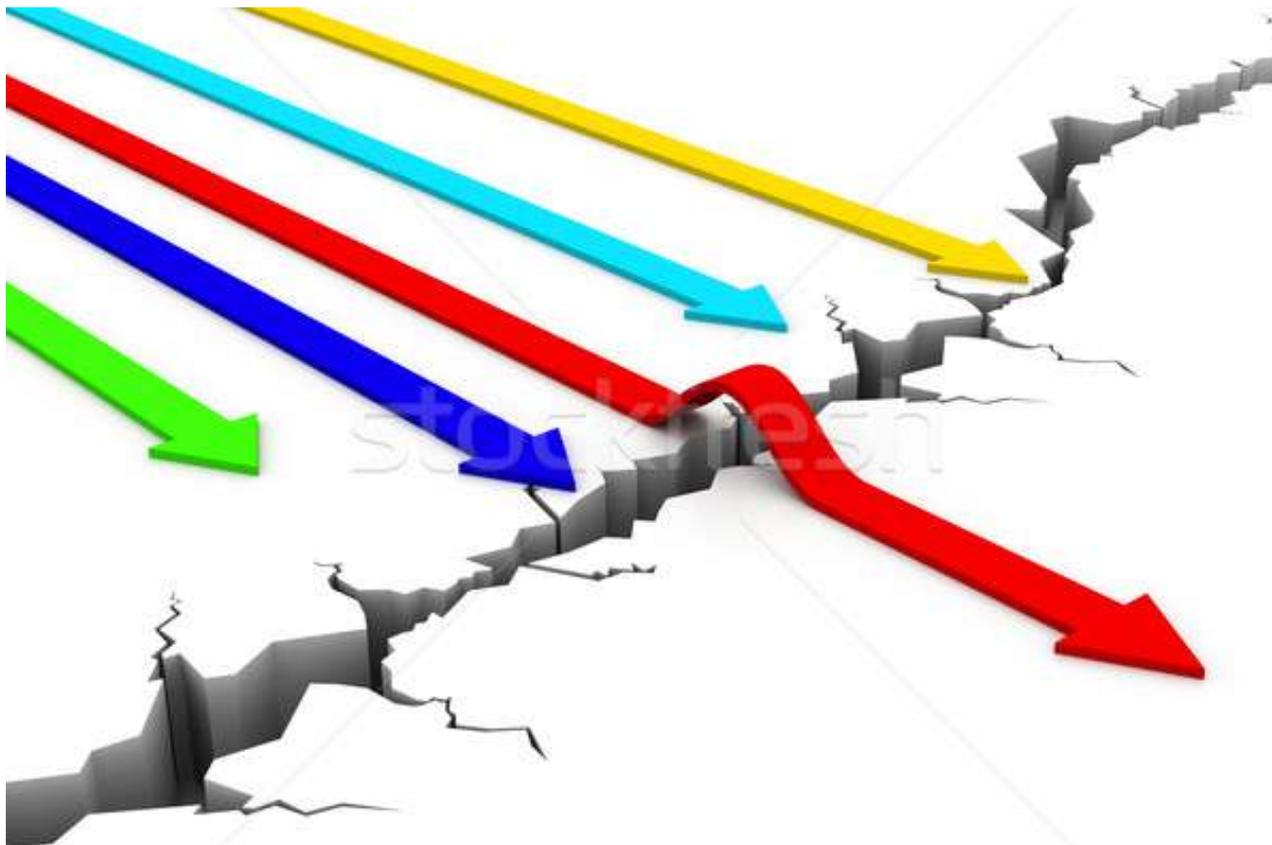
# Наша коммерческая модель НЦКД



# Кризис 2014-2015

# Кризис и преодоление

- ◆ Следование долгосрочной стратегии НЦКД
- ◆ Работа с поставщиками
- ◆ Развитие собственной торговой марки



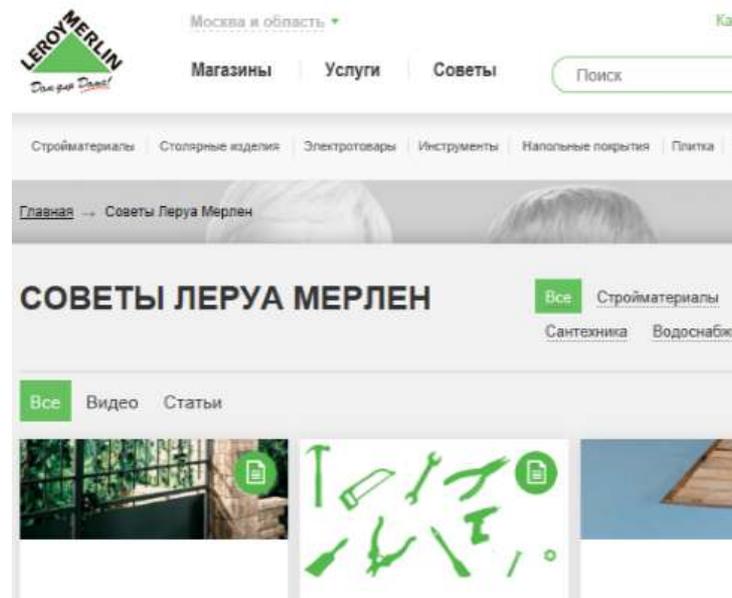
Что ждать в 2016?

# Основные шаги в 2016

- ◆ Покупательская способность падает, важность цены растет



- ◆ Ориентация на потребителя: педагогика, советы, видеосоветы



# Основные шаги в 2016

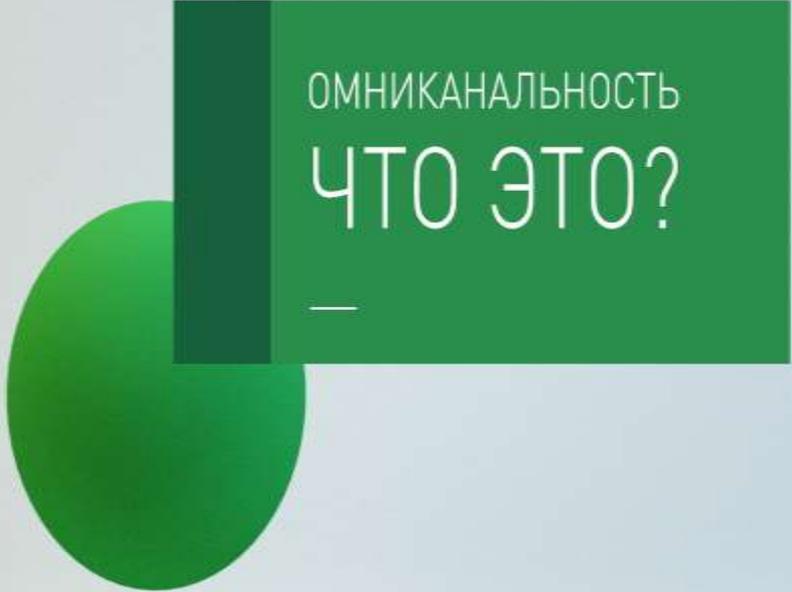
- ◆ Активная экспансия: товар, капитал, логистика
- ◆ Открытие более 15 гипермаркетов в год
- ◆ Работа с поставщиками:  
сохранение закупочных цен, развитие СТМ



Формула Дюпона

$$\frac{\text{Доход}}{\text{Капитал}} = \frac{\text{Доход}}{\text{ТО}} \times \frac{\text{ТО}}{\text{Капитал}}$$

*= Маржа*                      *= Ротация*

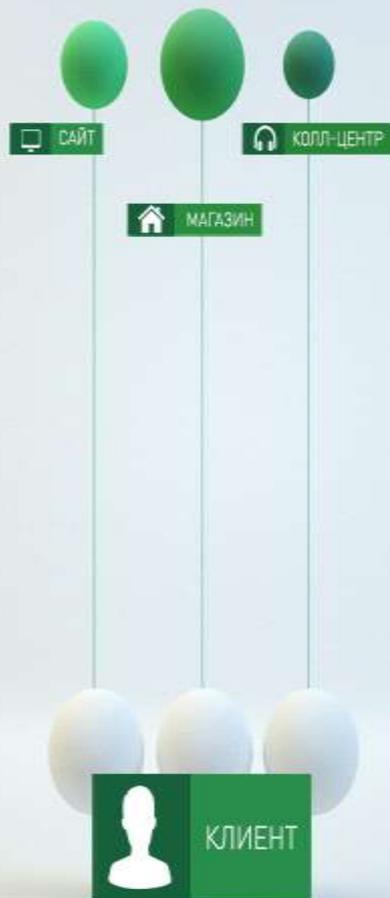


ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ  
ЧТО ЭТО?

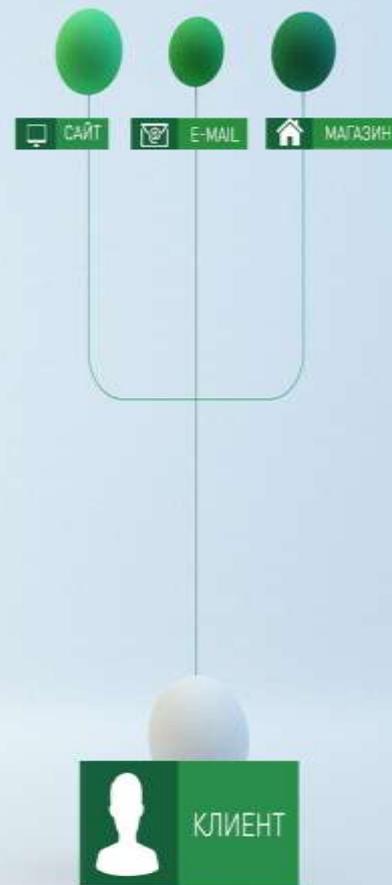
# ОДНОКАНАЛЬНОСТЬ



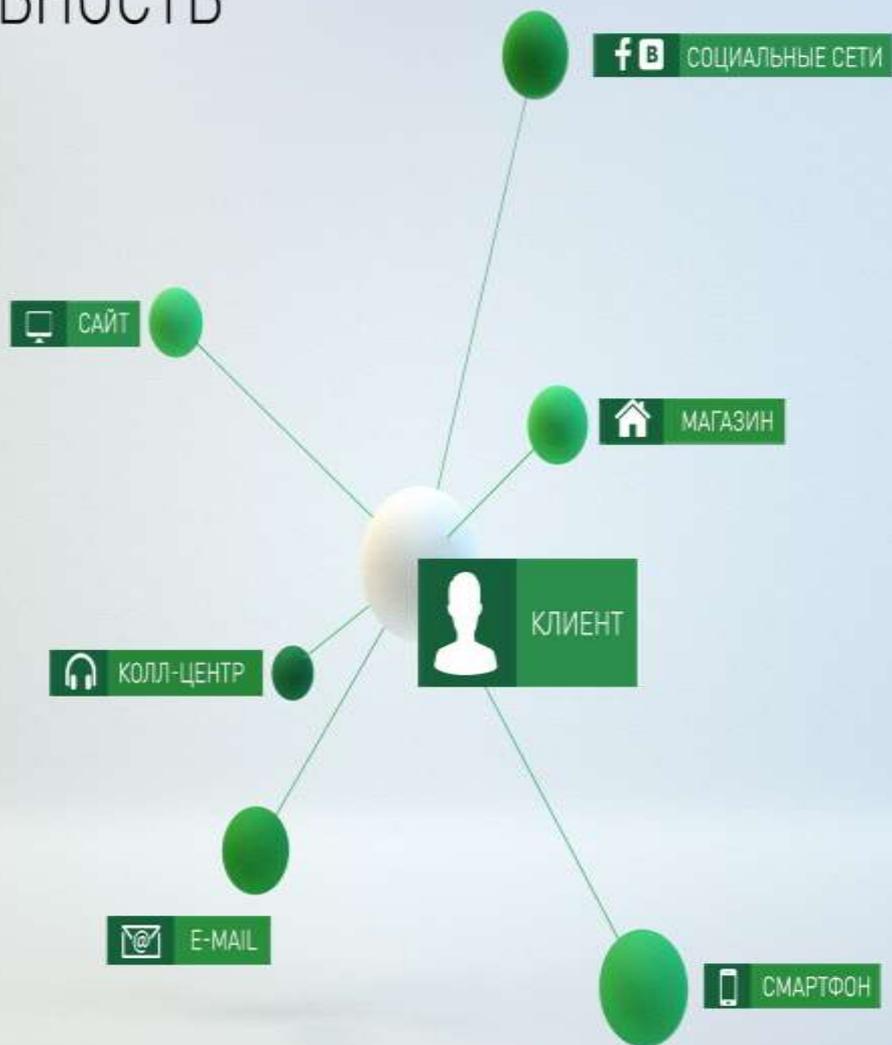
# МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТЬ



# КРОССКАНАЛЬНОСТЬ



# ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ



# КОМПАНИЯ ОМНИКАНАЛЬНА, КОГДА

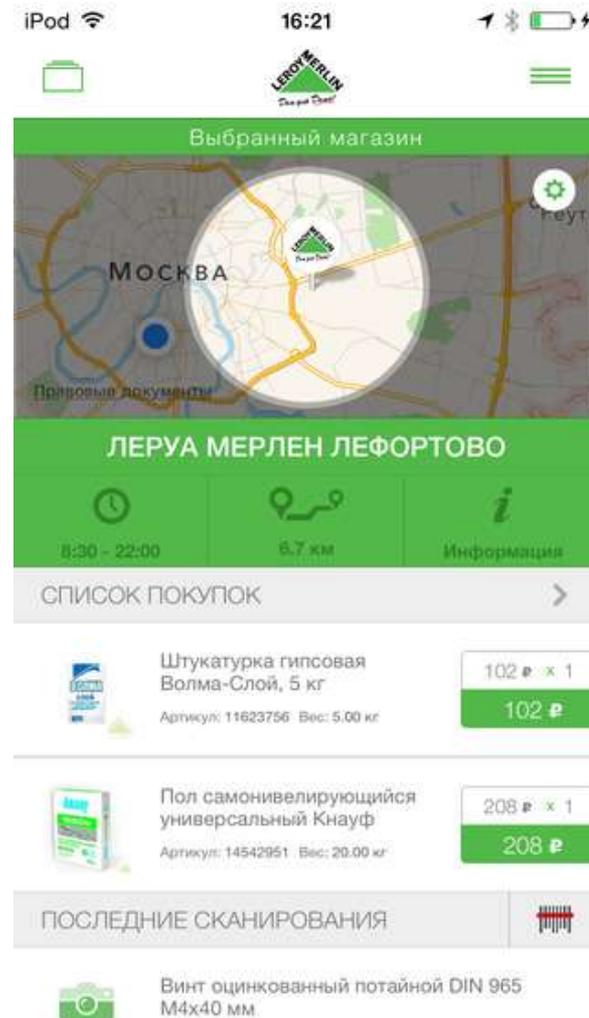


# Построение омниканальной компании



# Усиление концепции НЦКД

- ◆ Мобильное приложение сравнивает цены



# СПАСИБО!

[Dmiry.Dmitriev@leroymerlin.ru](mailto:Dmiry.Dmitriev@leroymerlin.ru)

