

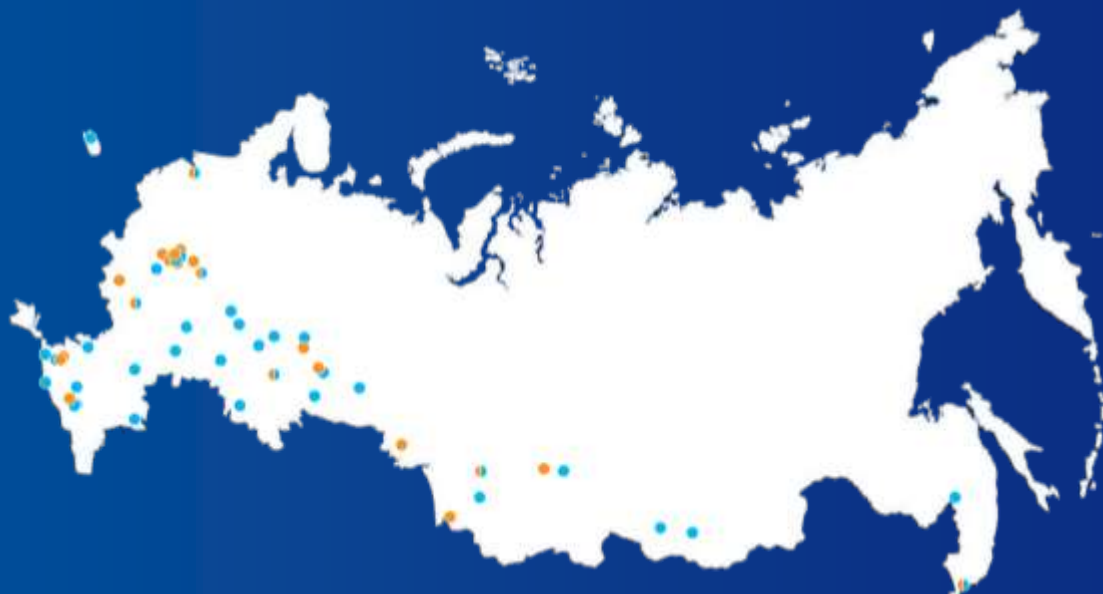
Как минимизировать риски при принятии решений в новых экономических условиях

TOP-Marketing, 20-21 октября 2015г.

РерсиСо – крупнейший производитель продуктов питания и напитков в России*

\$4,4 млрд
оборот компании**

>23 000
сотрудников



Первая Американская национальная выставка, на которой Никита Хрущев попробовал Pepsi.

1959

Начались поставки чипсов Lay's в Россию.

1992

Открыт первый российский завод Frito Lay по выпуску снеков в Кашире.

2002

Одна из самых крупных сделок компании – PepsiCo приобретает крупнейшего российского производителя соков и молочной продукции «Вимм-Билль-Данн».

2011

1938

Регистрация торгового знака Pepsi на территории Советского Союза.

1974

Открыт первый завод по розливу Pepsi в СССР (Новороссийск).

1997

Открыт завод по розливу Pepsi в России (Самара).

2008

PepsiCo приобретает крупнейшего в России производителя натуральных соков – ОАО «Лебедянский».

* По данным рейтинга крупнейших компаний по объему реализации продукции рейтингового агентства «Эксперт РА» «Эксперт 400» за 2014 год

** В 2014 году. Источник: PepsiCo 2014 10-K

Как минимизировать риски при принятии решений в новых экономических условиях

1 Отбрасываем лишнее, обосновываем необходимое

2 Делаем исследования, только если на их основе принимаем решения

3 Дифференцированный подход к программе исследований

4 Оптимизируем подходы к исследованиям с помощью наших партнеров

1

Отбрасываем лишнее, обосновываем необходимое

Расставляем приоритеты

PRiORiTiES

- 1.
- 2.
- 3.



- Фокусируемся на главном, делаем это качественно и максимизируем влияние на бизнес

Zero Based Budgeting - “Бюджетирование с нуля”



- Обосновываем необходимость каждого проекта и его стоимость

Делаем исследования, только если на их основе принимаем решения

ИССЛЕДОВАНИЯ – КАТАЛИЗАТОР РОСТА

Определять стратегию
роста



Строить сильные
бренды



Разрабатывать
прорывные инновации



Побеждать в точках
продаж



НЕ ДЕЛАЕМ ИССЛЕДОВАНИЙ:

- Чтобы подтвердить то, что знаем
- Чтобы проверить очевидное
- Когда решение уже принято



3

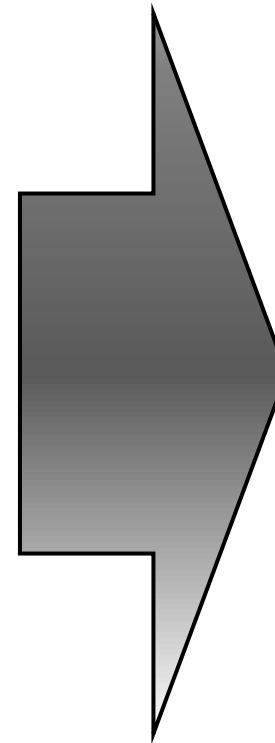
Дифференцированный подход к программе исследований

1 Ожидаемое влияние на бизнес

2 Сложность проекта

3 Степень риска

4 Ресурсы / затраты



АНАЛИЗ

Глубокий

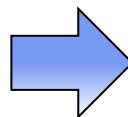
Средний

Легкий

3

Дифференцированный подход к программе исследований. Примеры

Глубокий



Средний



Легкий



4

Оптимизируем подходы к исследованиям с помощью наших партнеров



Эффективность

- Выбор оптимальных методов исследования для принятия бизнес - решений



Новые подходы

- Он-лайн
- Краудсорсинг
- ...

Подведем итоги. Как минимизировать риски при принятии решений в новых экономических условиях

1 Отбрасываем лишнее, обосновываем необходимое

2 Делаем исследования, только если на их основе принимаем решения

3 Дифференцированный подход к программе исследований

4 Оптимизируем подходы к исследованиям с помощью наших партнеров



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!