

# Анти-Кризис 3.0

Обрящиков Роман  
(на базе опыта KNAUF и HENKEL)

**АПОЖ**

ЩАСТЬЕ

# Что делаем:

- **Возглавляем процесс трансформации**
- **Меняем модель маркетинга и продаж под соответствующие изменения внешней среды и спроса**

# Что делаем:

- Атакуем рынок,  
пока другие затягивают пояса
- Чаще бываем в "полях", чем в офисе

# Что Делаем:

- Управляем взаимодействием и взаимозависимостью структур внутри
- Организовываем брейн-штурмы Прорыва

# Что делаем:

- Упор на рост эффективности процессов и команды
- Создаем модель:  
"быть БЛИЖЕ, быть БЫСТРЕЕ"

# Точки роста:

- **Повышение отдачи от существующих партнеров и потребителей**
- **Новые Партнеры и Потребители**



# Точки роста:

- Новые товары / услуги
- Модернизация существующего портфеля

# Точки роста:

- Новая география (вкл млн vs область)
- Коммуникационные кампании

# Точки роста:

- **Оптимизация Мотивационной системы в компании**
- **Менеджмент Эффективностью сотрудника**

# Потребитель:

- Тренд "Подрыв чувства БЕЗОПАСНОСТИ"
- Ищущий / неуверенный в завтра
- Вдууууумчивый и Считаааающий

# Анализ продаж:

- Товары, регионы, клиенты, сегменты:
- Маржа в абсолюте, маржа в %, оборот, оборачиваемость
- Ценовой мониторинг

# Ассортимент:

- Создание / обновление Эконом-линейки
- Сокращение ассортимента (для фокуса)
- Снижение порогов качества товара/  
упаковки

# Ассортимент:

- "Хитрые" упаковки : малая и большая
- Анализ стоков на местах
- Анализ представленности

# Цены:

- Частота мониторинга - в 2 раза выше
- Не цены снижаем, а эконом вводим
- Выгода партнера - считаем и показываем



# Коммуникации:

- Нет - Имиджевым,  
Да - мотивирующим прийти и купить
- Акцент на рацио-преимуществах
- Трейд-маркетинг и DIGITAL - "рулят"

# Коммуникации:

- Волшебная сила мерчендайзинга, промо-акций и е-форумов

# Коммуникации:

- Бюджет vs эффективность
- Презентации для сейлз  
"что, кому, как использовать"

# Клиенты:

- Новые сегменты - как быстро
- География - через "кусты" или напрямую
- Старые контакты и политические разрывы - во время кризиса любовь чаще

# Клиенты:

- Брейн-штурм с Дистрибуторами -  
"ЗАЛЕЗАЙ В МОИ КАЛОШИ" -  
или свежие идеи или понимание ими  
почему всё так
- Сокращение цепочки продаж

# Команда:

- Зарядить людей оптимизмом и энергией через "письма Щастья" и слёты
- Мотивационный бонус на план продаж и у маркетинга и у др служб
- Увеличить бонус сейлзам за 90% плана

# Команда:

- Маркетингу и Топ-продажам поднять "3 колёно"....и в места продаж: наблюдать как и что выбирают/покупают
- "Двойные визиты" с сейлз

# Команда:

- Реорганизация структуры: сократив иерархию принятия решения, передав ответственность "на места".
- Вложиться в обучение / наставничество



# Итого:

- Возглавь процесс
- Замотивируй на атаку
- Обнови модель и инструменты продаж и маркетинга
- Чаще в "полях"
- "Быть быстрее, быть ближе"

● Мочи А П О Ж !

# Напоминалка про овцу:)



БЕЗ  
СМОЛ

натуральный  
утеплитель\*

**ТЕПЛОКНАУФ**

\* изделие из минеральной ваты без фенол-формальдегидных смол

Спасибо Вам!

Ваш Обрящиков Роман

На связи:

[Romich3@yandex.ru](mailto:Romich3@yandex.ru)