

SELA

Элементы конкурентоспособности торгового предприятия на современном этапе



Корпорация занимается разработкой и дизайном моделей одежды, а так же производством и продажей ее конечному потребителю в розничных магазинах фирменной торговой сети под собственной торговой маркой SELA, с гарантированным качеством и по доступным ценам .

Корпорация SELA – это система унифицированных предприятий фирменной торговли площадью от 100 до 900 м², создающихся в каждом городе России и за ее пределами по системе франчайзинга.





bronze
БРЭНД ГОДА/EFFIE
2003
2004



**ЕВРОПЕЙСКАЯ
ПРЕМИЯ
ЗА КАЧЕСТВО**
2004



ЗОЛОТЫЕ СЕТИ
2003
2004
2005



ТОВАР ГОДА
2003

Фирменная сеть SELA охватывает 11 стран:



Россия



Китай



Украина



Киргизия



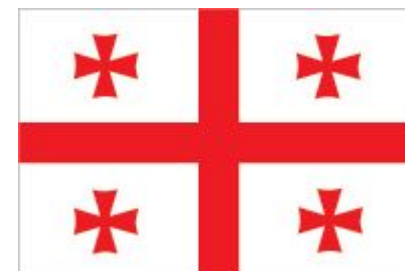
Эстония



Молдавия



Казахстан



Грузия



Армения



Латвия



Белоруссия

- Сетью SELA охвачены все крупные города России.
- Сеть SELA открыта более, чем в 200 городах.
- В 2004 году было открыто более 150 новых фирменных торговых предприятий.



- В 2003 году открыто представительство SELA в Украине
- На сегодняшний день открыто 45 магазинов в 25-ти городах

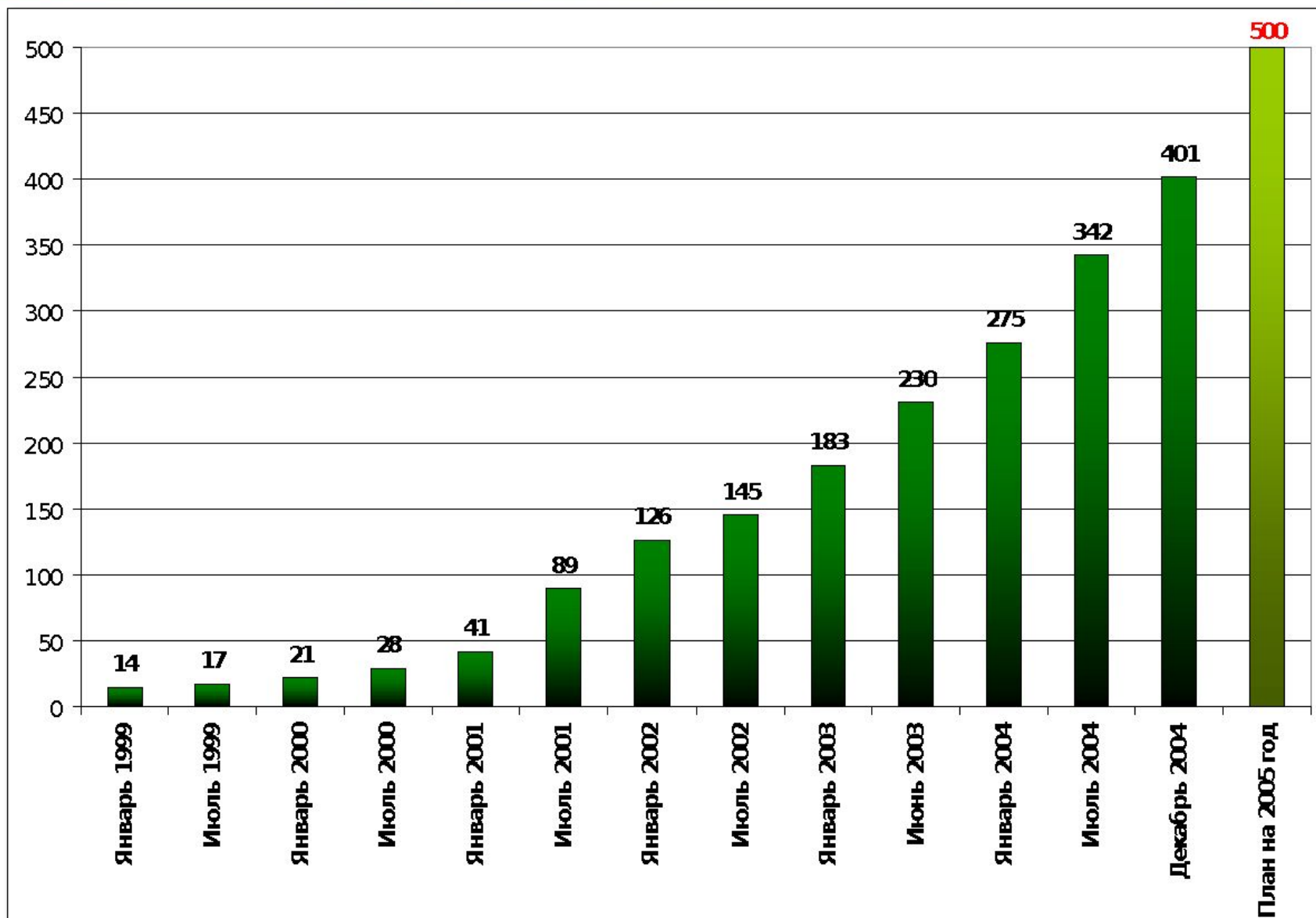


В 2004 году открыто представительство SELA в Казахстане, курирующее развитие бизнеса в Казахстане и Киргизии

□ в Казахстане открыто 8 магазинов в 5-ти городах

□ в Киргизии открыто 2 магазина в городе Бишкек





Бизнес-процесс - последовательность исполнения функций (работ, операций), направленных на создание результата, имеющего ценность для потребителя.

Критерием эффективности бизнес-процесса является то, насколько оптимальный (короткий) путь выбран для достижения цели.

Управляя процессами мы организуем эффективное взаимодействие между департаментами внутри корпорации и между корпорацией и «внешним» миром.

Не существует стандартного для любой компании набора бизнес-процессов. Их количество зависит от области деятельности компании и поставленных стратегических целей.

Под адаптацией мы понимаем максимальную ориентированность бизнес-процессов на требования потребителей.



Аутсорсинг (outsourcing). Ключевой компетенцией корпорации являются разработка коллекций и дистрибуция одежды и аксессуаров. Размещение заказов на высокотехнологичных производственных предприятиях юго-восточной Азии значительно снижает издержки корпорации.

Внедрение современных систем управления. Мы используем подход BPI (Business Process Improvement) – постоянного улучшения бизнес-процессов. Подход заключается в постепенном переходе от систем простого контроля бизнес-процессов к их оптимизации и адаптации к требованиям рынка.

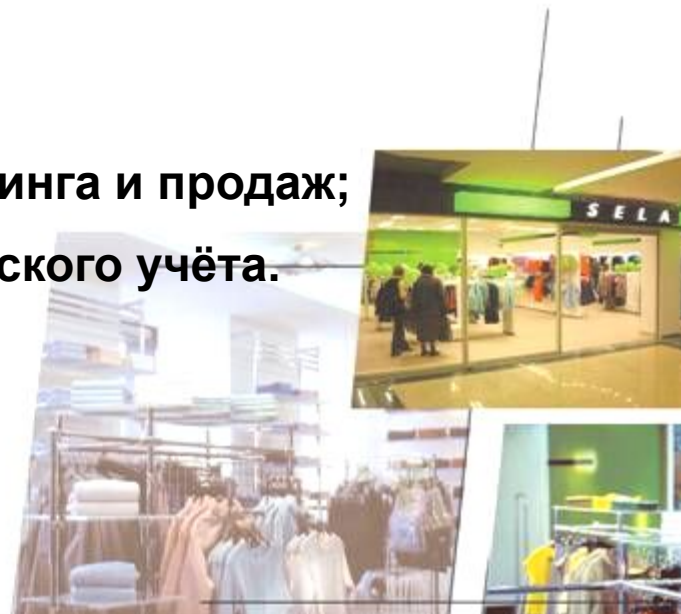
Франчайзинг. Развитие бизнеса SELA в регионах по системе франчайзинга позволило в кратчайшие сроки построить одну из лучших в России систем дистрибуции при минимальных собственных затратах.



С момента принятия решения об открытии бизнеса потенциальному партнёру предстоит осуществить несколько бизнес-процессов:

- Поиск оптимального помещения для открытия торгового предприятия;
- Создание дизайн-проекта ремонта и оборудования торгового предприятия;
- Закупка товара;
- Подготовка рекламных материалов;
- Обучение персонала технологиям мерчендайзинга и продаж;
- Разработка и постановка системы управленческого учёта.

Это только малая часть бизнес-процессов!



	Лидеры континента	Глобальные игроки, занимающие нишу предметов роскоши	Квазиглобальные игроки	Транснациональные компании	Глобально приспосабливающиеся компании
Географический масштаб фирмы, основная задача	Все ключевые страны континента, доля рынка	Все ключевые страны	Все ключевые страны, доля рынка	Все ключевые страны, широкий охват и доля рынка	Все ключевые страны, широкий охват
Масштаб сегмента	Относительно большой	Узкие сегменты с высокими ценами	Узкий, но относится к массовому рынку	Большие, большинство секторов рынка b-2-c	Узкий, но относится к массовому рынку
Политика проникновения на рынок	По преимуществу органический рост	Лицензирование и франчайзинг	По преимуществу органический рост	Большинство схем входа	Органический рост или франчайзинг
Стандартизация	Относительная однородность	Однородность	Однородность	Неоднородность	Высокая степень стандартизации
Международная интеграция деятельности в цепочке поставки ценности	Использование глобальных ресурсов	Часто контроль товаропроизводителя. Производство в стране происхождения	Управление глобальной цепочкой поставки ценностей	Использование глобальных ресурсов, вертикальная интеграция	Управление глобальной цепочкой поставки ценности
Примеры:	C&A, M&S	Mulberry, Jaeger, Escada, Burberry, Donna Caran	Gap, H&M	Ahold, Carrefour, Walmart	Zara, Benetton, Mango, Kookai

Путь Корпорации SELA соответствует пути глобально приспособляющихся компаний, который характеризуется:

- Все ключевые страны, широкий охват
- Узкий, но относится к массовому рынку
- Органический рост или франчайзинг
- Высокая степень стандартизации
- Управление глобальной цепочкой поставки ценности



- Экстенсивный (от поздлат. *extensivus* – расширительный, растяжимый), связанный с увеличением, распространением.
- Интенсивный – дающий высокую производительность.





Экстенсивный метод

- ✓ 1991-1996 год: Выход на российский рынок, оптовые поставки в Россию.



- ✓ 1997-1999 год: Начало развития сети SELA в России, разработка и тестирование методов фирменной торговли. Фактическое начало формирования бренда SELA на российском рынке.



- ✓ 2000-2003 год: Резкое увеличение темпов открытия магазинов после разработки всех концептуальных документов.



- ✓ Март 1997 года – открыт первый магазин SELA в Санкт-Петербурге в ТЦ «Балканский».



- ✓ Июнь 2002 года – открыт первый магазин SELA в Москве в ТЦ «Рублевский».

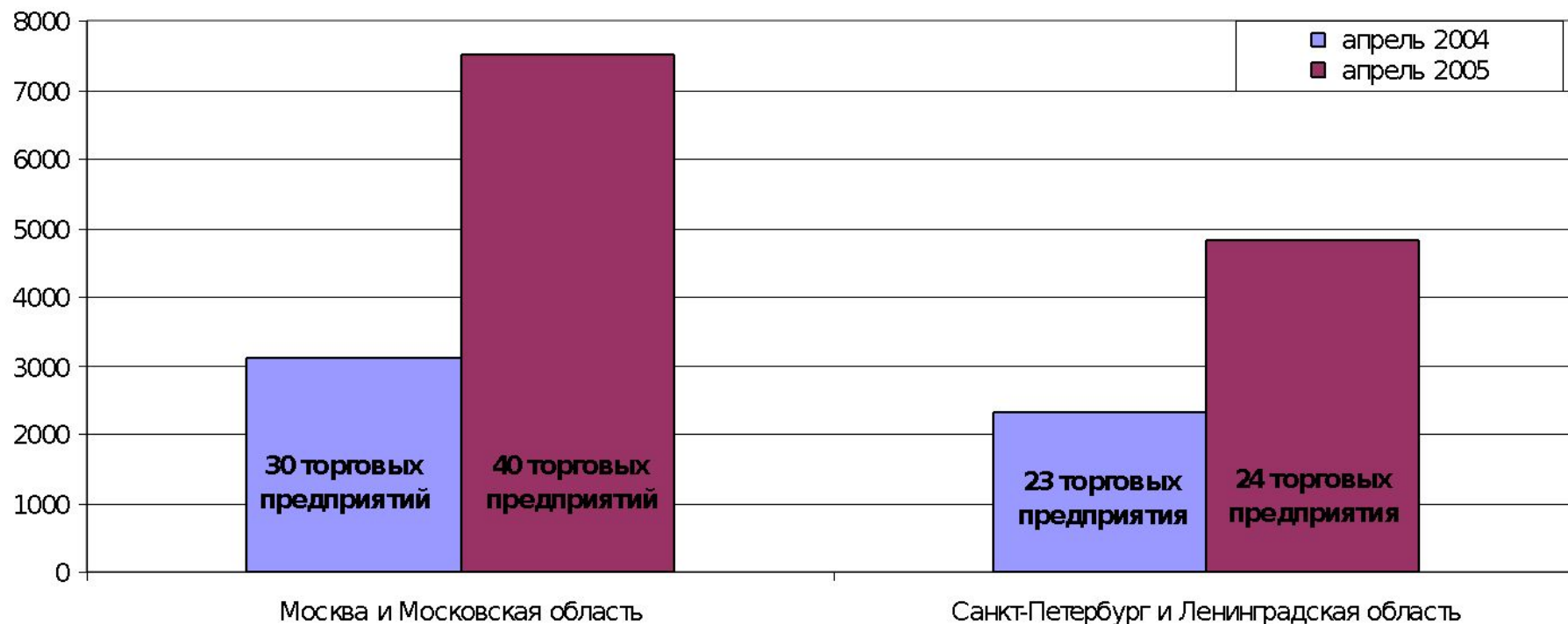


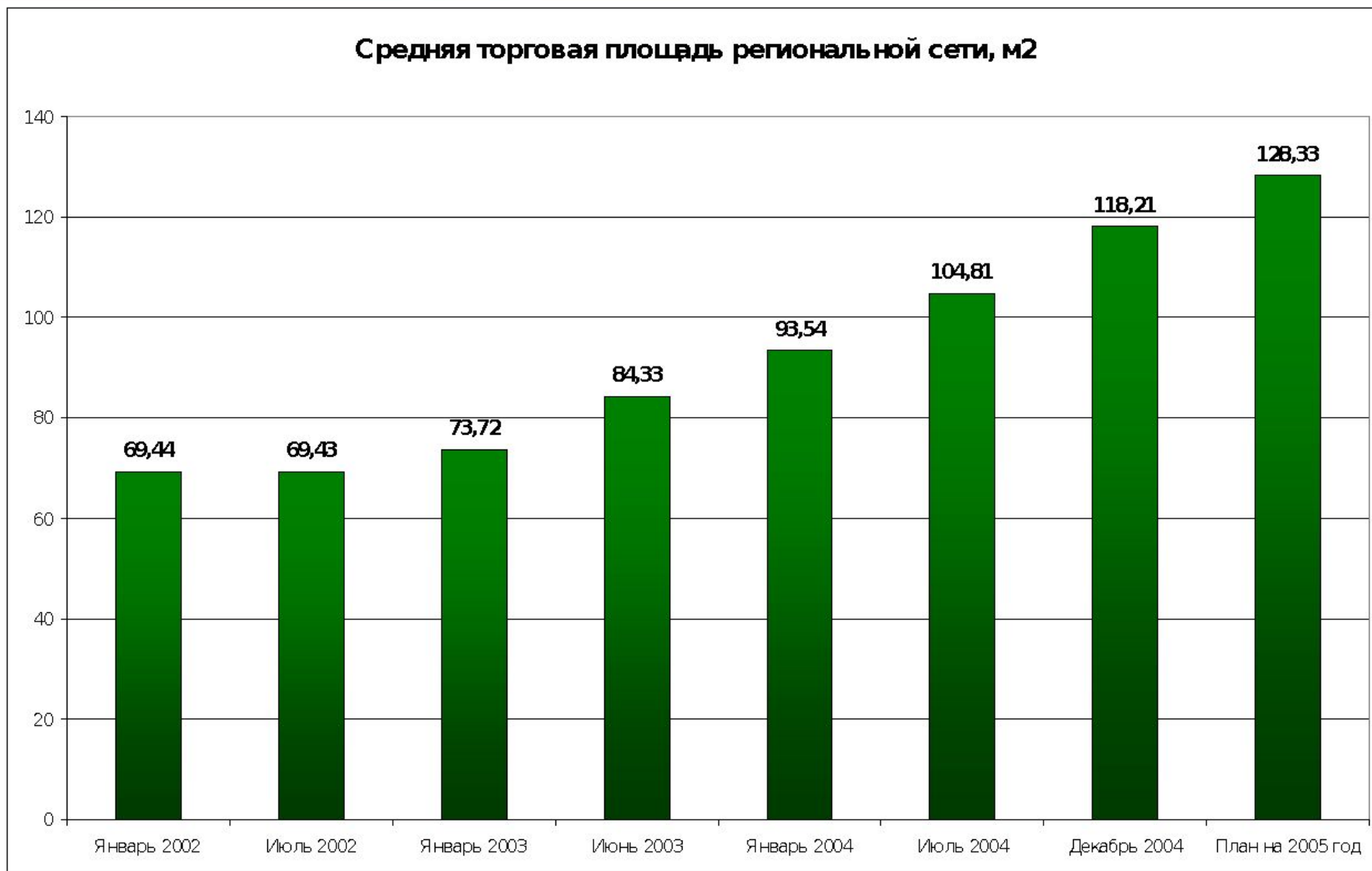


Интенсивный метод

- ✓ На июнь 2005 года в Москве и Санкт-Петербурге работают 38 магазинов SELA.
- ✓ В обоих городах эффективно развиваются магазины больших форматов.
- ✓ В Москве открыто 2 магазина площадью 500 кв.м.
- ✓ В Санкт-Петербурге открыт магазин площадью 1000 кв.м.
- ✓ В последнее время магазины SELA открываются преимущественно в торговых центрах.

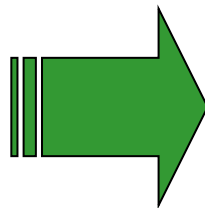
Изменение торговой площади в Москве и Санкт-Петербурге





«Капитальный ремонт» - репозиционирование:

- Смена оборудования;
- Смена коллекций;
- Смена дизайна;
- Смена формата фирменной торговли.



«Текущий ремонт»:

- Программы работы с партнерами
- Программы работы с персоналом
- Программы работы с покупателями



«Товарно-кредитная политика»

- Ценовая и кредитная политика. Определяет финансовые условия взаимодействия с Партнёрами.
- Главы, описывающие каждый из возможных статусов Партнёра, включая возможные сценарии развития бизнеса в каждом городе.

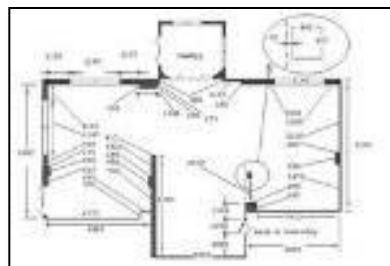
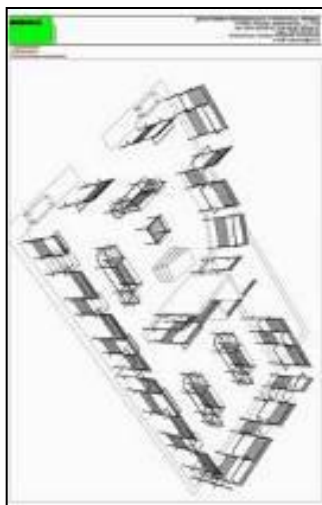
«Стандарты фирменной торговли»

Описывают технологии ведения бизнеса, включая:

- Технологии организации фирменного розничного предприятия SELA.
- Дизайн проект торгового предприятия.
- Ассортиментную политику.
- Методические рекомендации по представлению коллекций SELA в торговом зале.
- Рекламную поддержку.



- Специалисты Корпорации контролируют каждый из этапов открытия торгового предприятия.

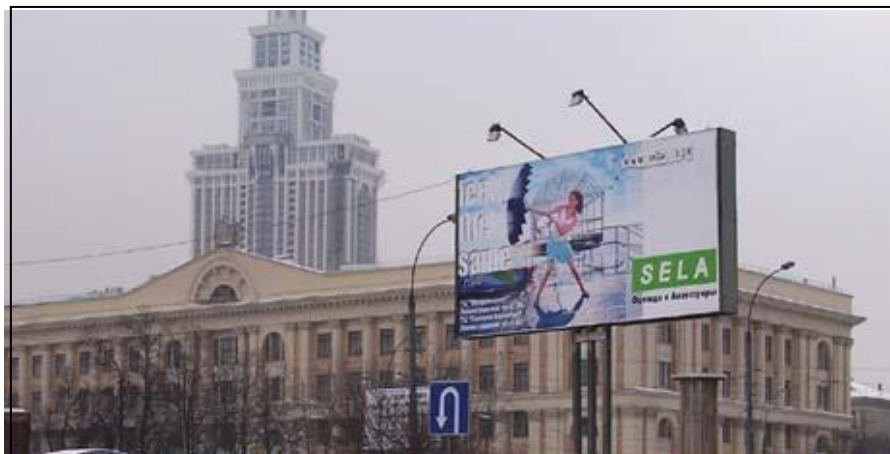


- Подготовка рекламного обеспечения магазина



- Партнёры корпорации обеспечиваются методическими материалами по проведению маркетинговых исследований в соответствии с принятыми в корпорации SELA стандартами;
- Партнёры и корпорация руководствуются единой коммуникативной политикой, основанной на стратегии развития бренда;
- Корпорация разрабатывает и предлагает партнёрам единый план рекламных мероприятий и акций;
- Корпорация осуществляет контроль за всеми рекламными мероприятиями, проводимыми партнёрами.





Корпорация реализует программы постоянной поддержки Партнёров после открытия магазинов:

- Представление сезонных коллекций для Партнёров.
- Постоянное консультирование Партнёров.
- Обучающие семинары.
- Съезды партнёров.



- Обучение персонала регионального магазина технологиям мерчендайзинга.



Киев, ТЦ «Квадрат»



Санкт-Петербург, ТК «НОРД»

- Постоянный аудит внутренних стандартов сервиса



- Обучение персонала регионального магазина технологиям продаж.

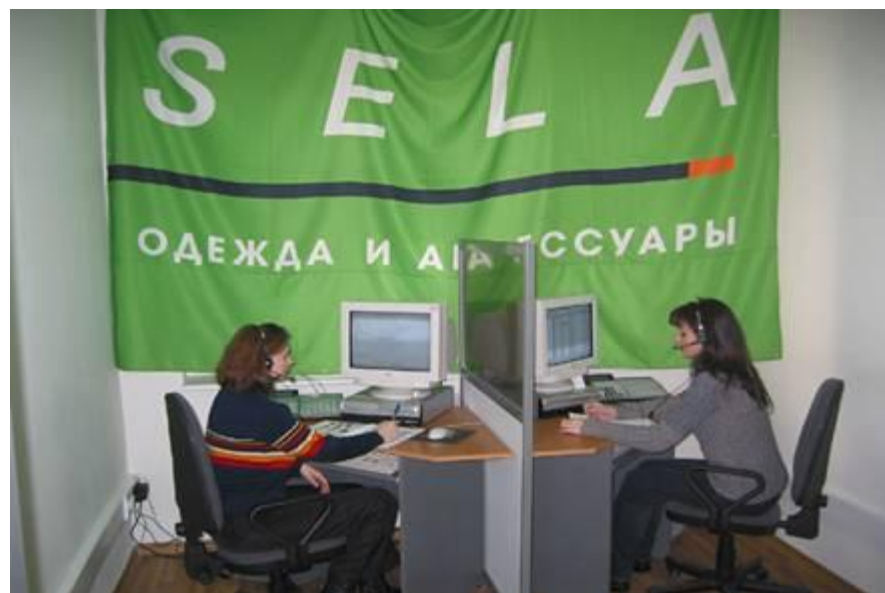


- ✓ В рамках программы повышения лояльности покупателей с 1999 года работает клуб SELA, членами которого являются все владельцы клубных карт SELA.
- ✓ Дисконтная программа SELA предусматривает 3 вида клубных карт – 5%, 7%. С августа 2004 года в Санкт-Петербургской сети введены в обращение 3% «детские» клубные карты SELA, предоставляющие покупателям скидку на ассортимент до 12 лет.
- ✓ Помимо выпуска собственных карт SELA участвует в наиболее масштабных совместных клиентских программах. В сети SELA предоставляется 5% скидка при предъявлении карт ISIC.



- ✓ Владельцы клубных карт регулярно получают почтовые рассылки с информацией о новой коллекции, специальными предложениями или просто поздравлениями с праздниками – будь то Новый год или майские праздники. В начале 2004 года наиболее активные картовладельцы (с наибольшей суммой покупок за год) были награждены билетами на концерт группы «Мумий-Тролль».

- ✓ В рамках программы повышения лояльности покупателей создан информационный центр (call-центр) SELVA.
- ✓ По единому многоканальному телефонному номеру мы предоставляем покупателям и потенциальным Партнёрам всю необходимой информации о SELVA.
- ✓ Информация о центре размещена во всех магазинах SELVA на территории России



Благодарим за внимание!

Контактная информация

+ 7 812 332-08-08

sela@sela.ru