

# 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 м<sup>2</sup>, 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



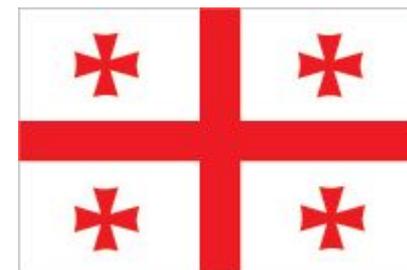
Эстония



Молдавия



Казахстан



Грузия



Армения

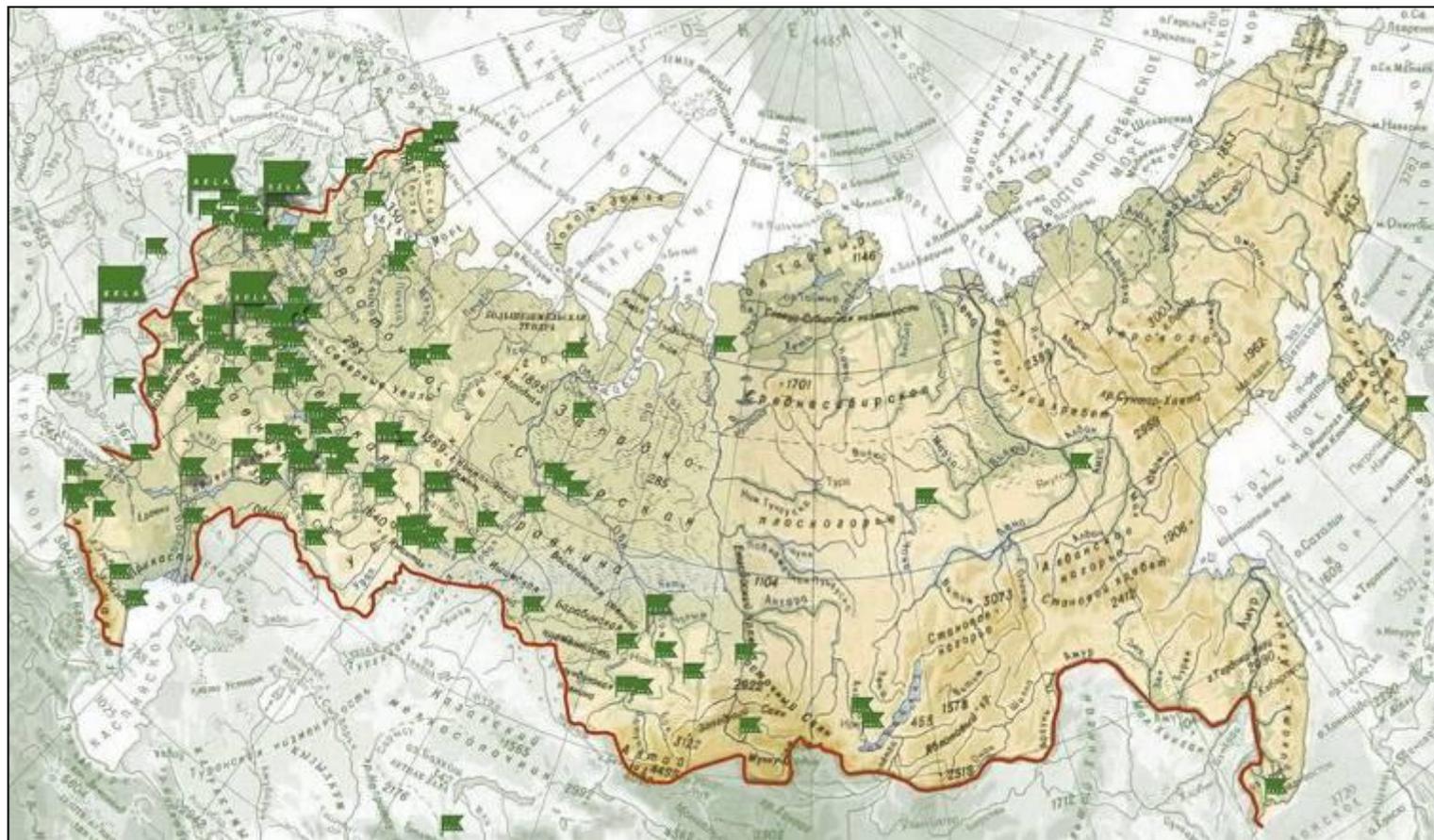


Латвия



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

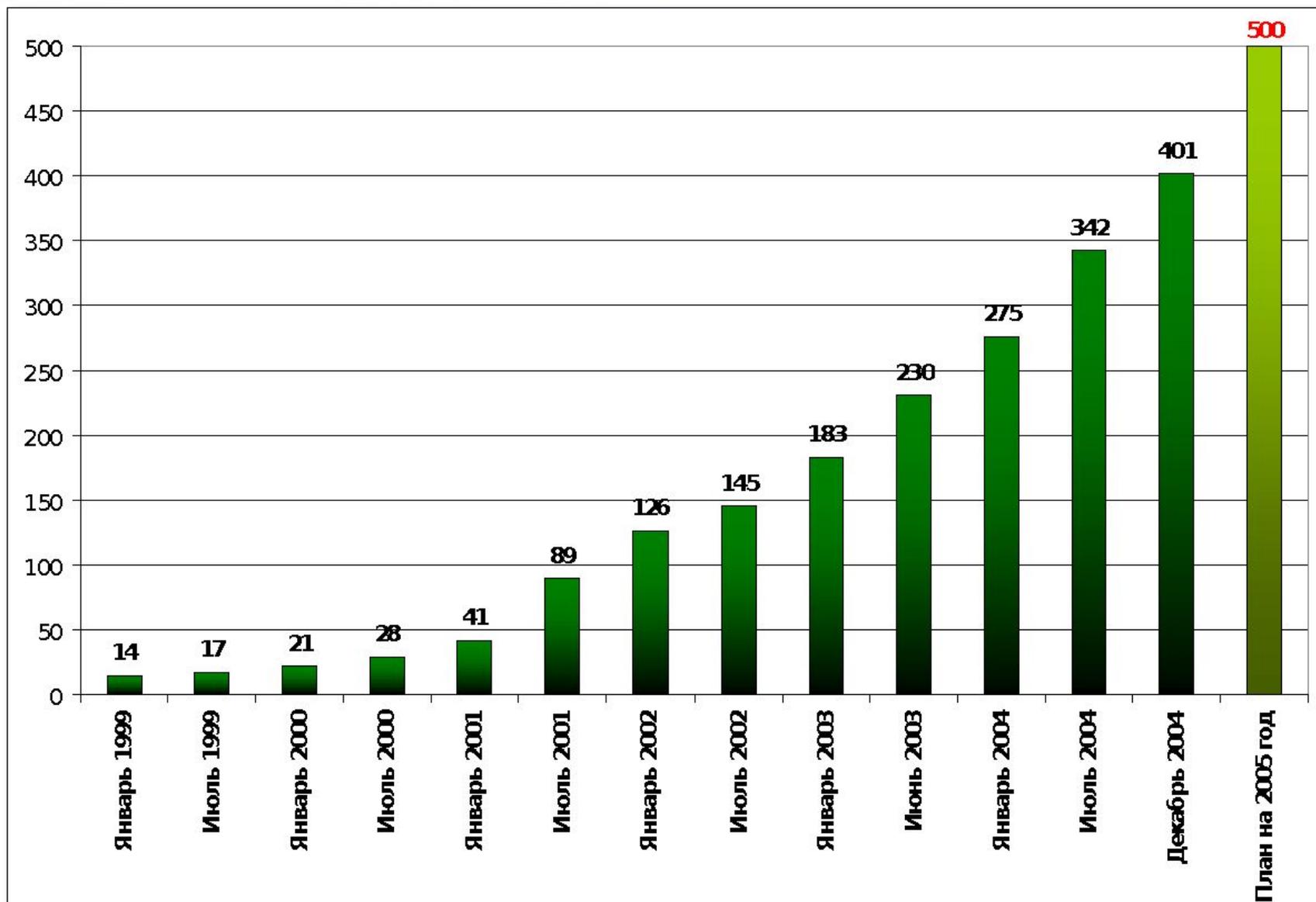


В 2004 году открыто представительство SELA в Казахстане, курирующее развитие бизнеса в Казахстане и Киргизии

□ 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.

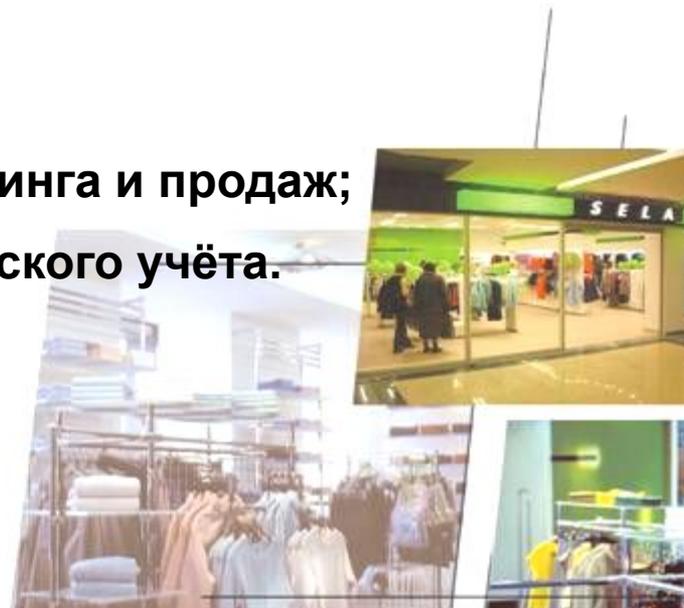
**Франчайзинг.** Развитие бизнеса SELA в регионах по системе франчайзинга позволило в кратчайшие сроки построить одну из лучших в России систем дистрибуции при минимальных собственных затратах.



**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!**



	<b>Лидеры континента</b>	<b>Глобальные игроки, занимающие нишу предметов роскоши</b>	<b>Квазиглобальные игроки</b>	<b>Транснациональные компании</b>	<b>Глобально приспосабливающиеся компании</b>
<b>Географический масштаб фирмы, основная задача</b>	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
<b>Масштаб сегмента</b>	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
<b>Политика проникновения на рынок</b>	По преимуществу органический рост	Лицензирование и франчайзинг	По преимуществу органический рост	Большинство схем входа	Органический рост или франчайзинг
<b>Стандартизация</b>	Относительная однородность	Однородность	Однородность	Неоднородность	Высокая степень стандартизации
<b>Международная интеграция деятельности в цепочке поставки ценности</b>	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
<b>Примеры:</b>	<b>C&amp;A, M&amp;S</b>	<b>Mulberry, Jaeger, Escada, Burberry, Donna Caran</b>	<b>Gap, H&amp;M</b>	<b>Ahold, Carrefour, Walmart</b>	<b>Zara, Benetton, Mango, Kookai</b>

**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».

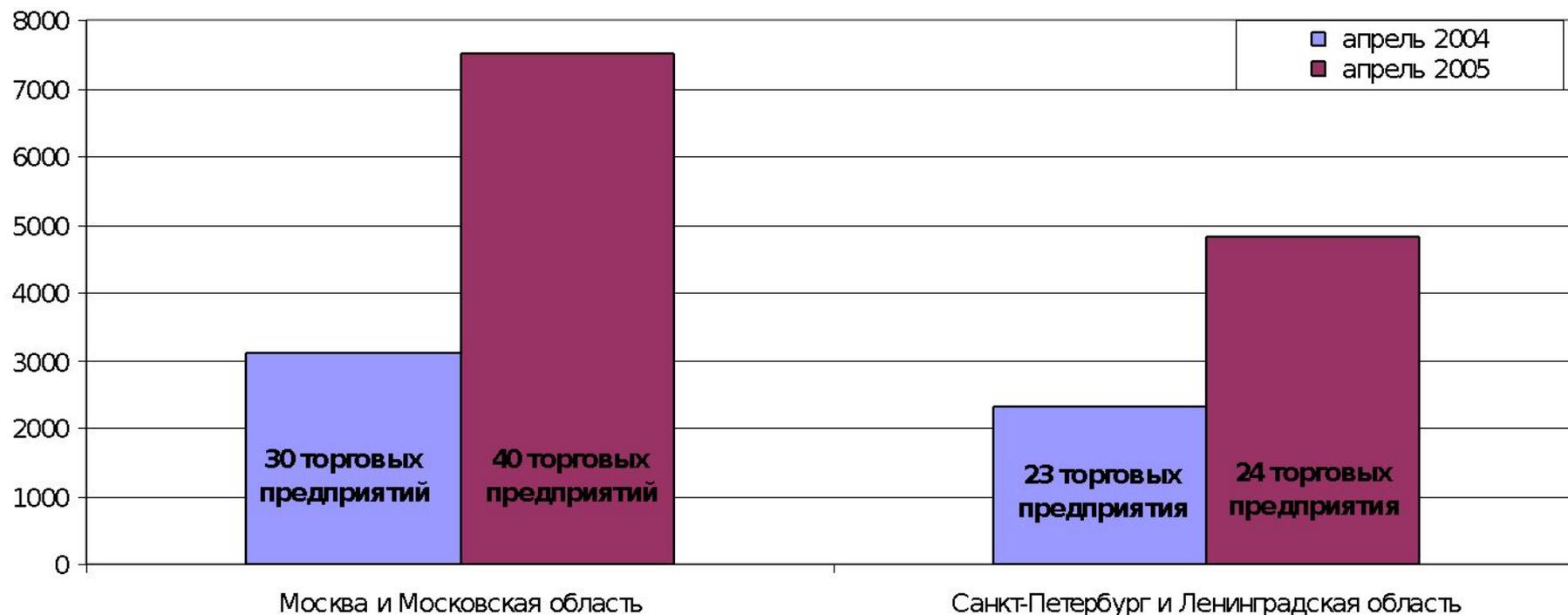


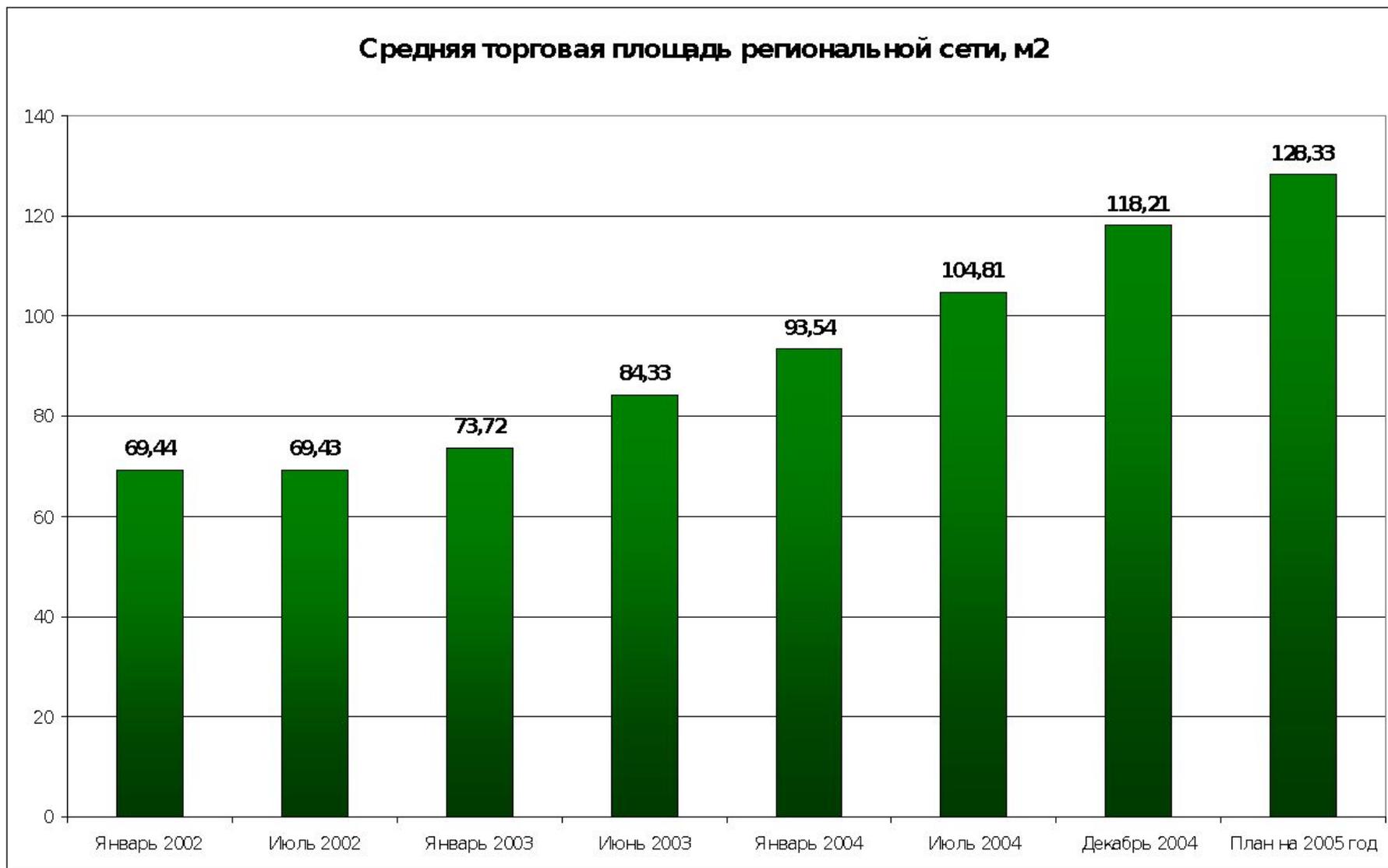


## Интенсивный метод

- ✓ 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.

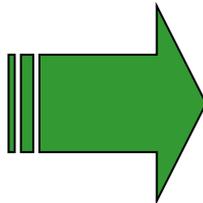
**Изменение торговой площади в Москве и Санкт-Петербурге**





## «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.

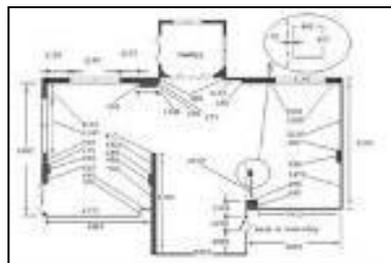
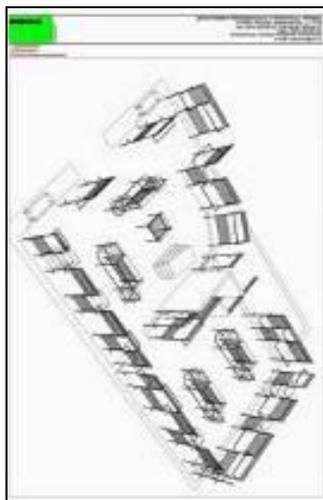
## «Стандарты фирменной торговли»

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.



# SELA

корпорация

Программы работы с партнерами



Элементы конкурентоспособности торгового предприятия на современном этапе

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.

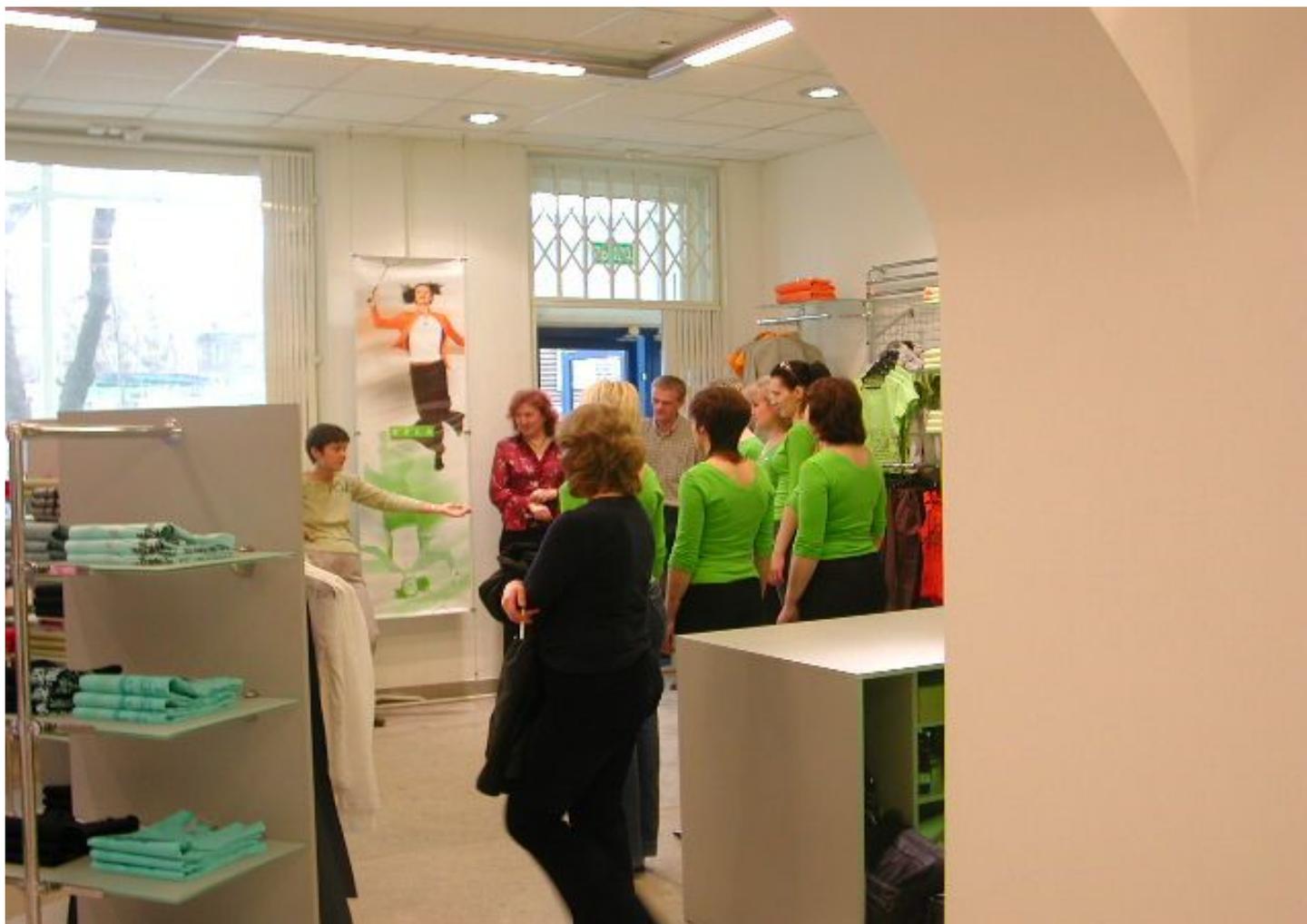


Киев, ТЦ «Квадрат»



Санкт-Петербург, ТК «НОРД»

- Постоянный аудит внутренних стандартов сервиса



- Обучение персонала регионального магазина технологиям продаж.

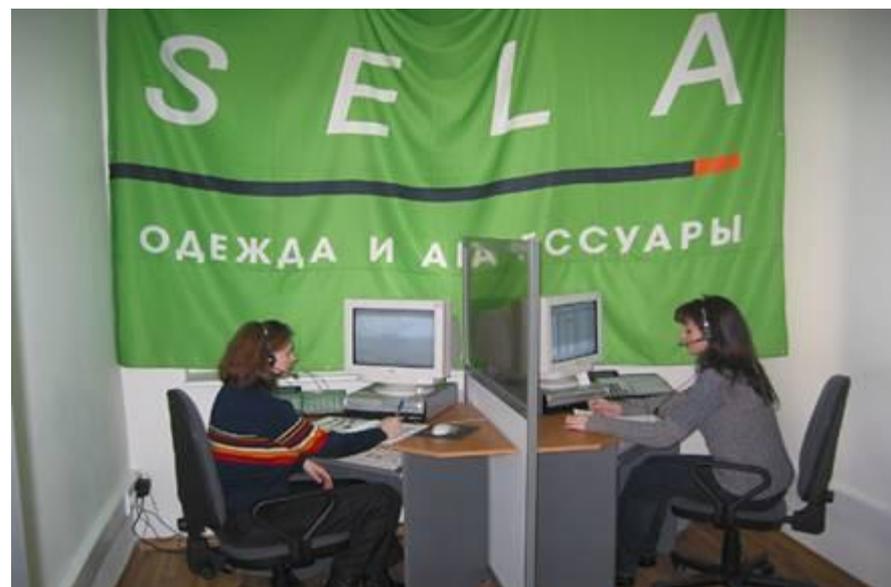


- ✓ В рамках программы повышения лояльности покупателей с 1999 года работает клуб SELA, членами которого являются все владельцы клубных карт SELA.
- ✓ Дисконтная программа SELA предусматривает 3 вида клубных карт – 5%, 7%. С августа 2004 года в Санкт-Петербургской сети введены в обращение 3% «детские» 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) SELA.
- ✓ По единому многоканальному телефонному номеру мы предоставляем покупателям и потенциальным Партнёрам всю необходимой информации о SELA.
- ✓ Информация о центре размещена во всех магазинах SELA на территории России



**Благодарим за внимание!**

**Контактная информация**

**+ 7 812 332-08-08**

**sela@sela.ru**