

ЧОУ ВО «Самарский институт управления»  
Факультет экономики и управления  
Кафедра менеджмента и управления персоналом

ПРЕЗЕНТАЦИЯ  
к выпускной квалификационной работе

**«Совершенствование маркетинговой  
деятельности компании  
(на примере ООО «ИМПУЛЬС»）」**

**Автор: Назаров А.А**

**Руководитель: Волкодаева А.В., к.э.н., доц.**

Объект исследования  
ООО «ИМПУЛЬС»

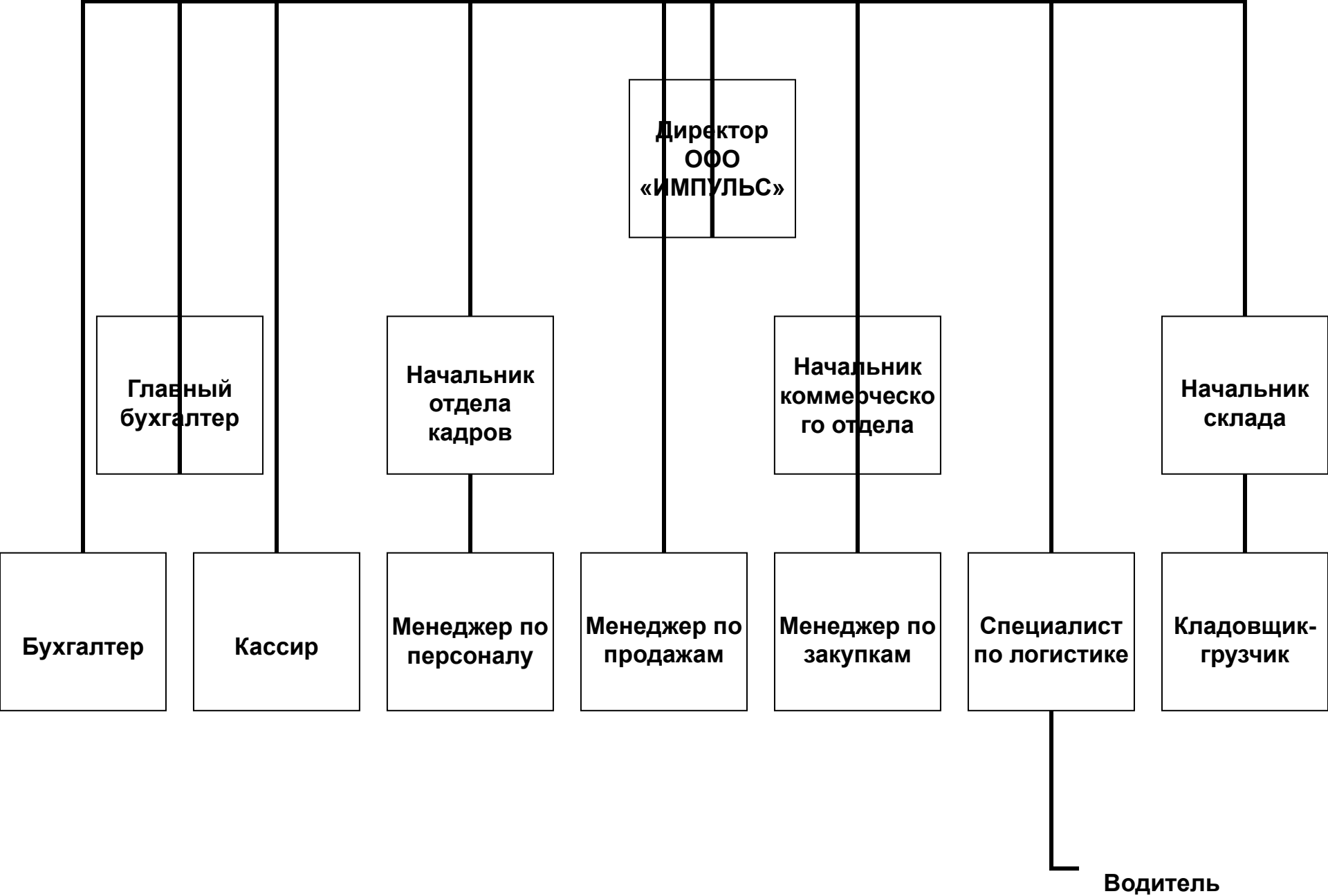
Предмет исследования  
маркетинговая деятельность ООО  
«ИМПУЛЬС»

Цель исследования  
изучение теоретических аспектов  
организации маркетинговой деятельности  
на предприятии и разработка мероприятий  
по ее совершенствованию на примере  
объекта исследования.



# МЕБЕЛЬ





# Основные показатели деятельности ООО «ИМПУЛЬС», тыс. руб.

| Показатели            | 2014 г. | 2015 г.   |         | 2016 г.   |         |
|-----------------------|---------|-----------|---------|-----------|---------|
|                       |         | Тыс. руб. | Рост, % | Тыс. руб. | Рост, % |
| Выручка от реализации | 17423,6 | 13676,2   | 78,5    | 12876,9   | 94,1    |
| Валовая прибыль       | 4374,8  | 4397,1    | 100,5   | 4622,2    | 105,1   |
| Издержки обращения    | 3627,8  | 3816,4    | 105,2   | 4165,6    | 109,2   |
| Прибыль от продаж     | 747,1   | 580,2     | 77,7    | 456,6     | 78,6    |
| Чистая прибыль        | -509,6  | -54,1     | -       | 348       | -       |

Организация маркетинговой деятельности в ООО «ИМПУЛЬС» проявляется в ее функциях:

- аналитической.

- сбытовой.

- управленческой.

# Основными задачами в рамках маркетинговой деятельности ООО «ИМПУЛЬС» являются:

- анализ и прогнозирование конъюнктуры рынка
- анализ связей организации с внешней средой;
- выходной маркетинговый контроль;
- согласование цен, контрактов и договоров, и др.;
- определение целей, методов, правил и средств рекламы;
- организация работы рекламных агентств и служб;
- стимулирование сбыта товаров и роста прибыли и др.
- информационное обеспечение маркетинговых исследований;
- обеспечение техническими средствами;

# Цели и стратегии для целевых рынков ООО «ИМПУЛЬС»

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Цели и стратегии          | Продажа высококачественной мебели  |
| Целевой рынок             | г. Самара  |
| Цель                      | Поддержание показателя рыночной доли в размере 20%. Обеспечение стабильной прибыли.                                      |
| Общая стратегия           | Довести объем сбыта до необходимого количества (до 100-110 проектов в год), приводящего к достижению поставленных целей. |
| Ценовая стратегия         | Уменьшение себестоимости   |
| Сбытовая стратегия        | Тщательный выбор транспортных компаний, выход на новые рынки   |
| Коммуникативная стратегия | Создание эксклюзивного имиджа фирмы  |



| Параметры                 | Сильные стороны   | Слабые стороны   |
|---------------------------|---|--|
| Корпоративная культура    | Дружный коллектив   | Малоизвестность фирмы за пределами г. Самара                                       |
|                           | Деловая атмосфера   |  |
|                           | Уважительные отношения между руководством и подчиненными, между коллегами |  |
| Организационная структура | Ориентация на потребности рынка   | Не гибкость системы управления   |
|                           | Экономия на управленческих расходах                                       | Замедленное движение информации  |
|                           | Четкость и определенность принимаемых решений                             | Низкая скорость принятия решений   |
| Персонал                  | Опыт работы   | Недостаточное внимание уделяется обучению и повышению квалификации                 |
|                           | Высокая квалификация персонала  |  |
|                           | Интеллигентность  |  |
|                           | Потенциал к развитию  |  |
| Маркетинг                 | Отслеживание деятельности конкурентов                                     | Недостаточное изучение потребительского спроса                                     |
|                           | Постоянные проверенные поставщики   | Отсутствие базы данных клиентов  |
|                           | Гибкая ценовая политика   | Не развита система продвижения продукции, слабо развиты маркетинговые коммуникации |
|                           | Высокое качество продукции  | Отсутствие должности маркетолога в штате   |
| Финансы                   | Устойчивое финансовое положение   |  |
|                           | Высокая доходность  |  |

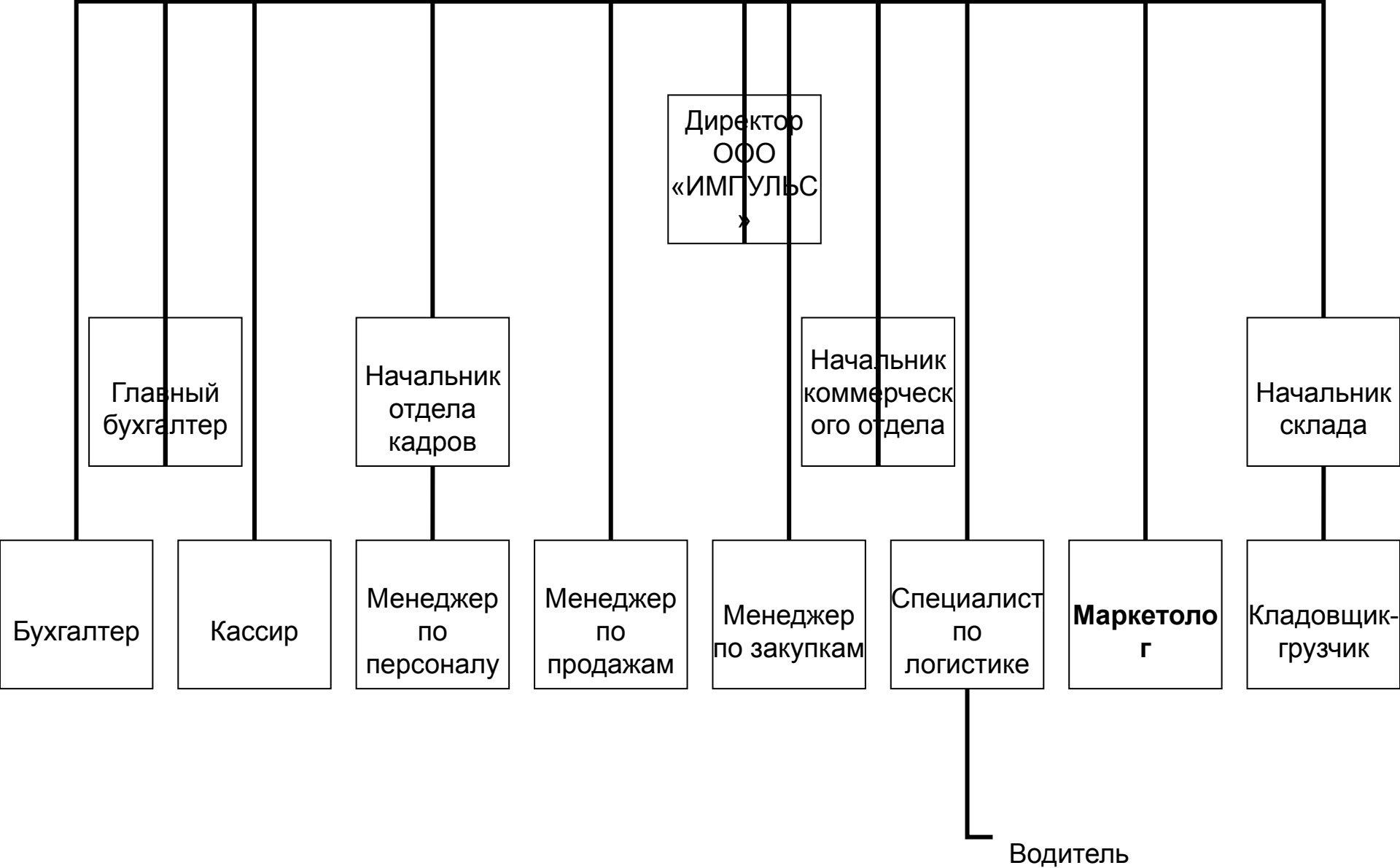
| <b>Возможности</b>                                      | <b>Оценка вероятности появления ситуации</b> |                 |                        |
|---|--|-----------------|------------------------|
|   | <b>Маловероятно</b>                          | <b>Возможно</b> | <b>Весьма вероятно</b> |
| Узнавание организации и увеличение круга потребителей   |  |                 | *                      |
| Укрепление позиций на рынке и увеличение объемов продаж |  |                 | *                      |
| Введение маркетолога в штат                             |  |                 | *                      |
| Ускорение роста рынка                                   |  | *               |                        |
| Преобладание над конкурентами в данном сегменте рынка   | *  |                 |                        |

| <b>Угрозы</b>                               | <b>Оценка вероятности появления ситуации</b> |                 |                        |
|---|--|-----------------|------------------------|
|   | <b>Маловероятно</b>                          | <b>Возможно</b> | <b>Весьма вероятно</b> |
| Изменение потребностей и вкусов покупателей |  | *               |                        |
| Увеличение транспортных расходов            |  |                 | *                      |
| Усиление конкурентного давления             |  |                 | *                      |
| Увеличение сроков поставки                  |  | *               |                        |
| Сложная экономическая ситуация в стране     |  | *               |                        |
| Уменьшение количества клиентов              | *  |                 |                        |

**Основными задачами, необходимыми для отражения в маркетинговой деятельности ООО «ИМПУЛЬС», помимо имеющихся, должны стать:**

- совершенствование рекламной деятельности предприятия;
- совершенствование системы скидок;
- реализация дополнительных услуг.
- введение должности маркетолога в штат компании.

|                                | Цель                                     | Оценка   | Контрольные показатели                   | Мероприятия  |
|--------------------------------|--|--|--|--|
| Дистрибуция                    | Рост количества новых магазинов (в %)    | Количество и площади магазинов, открытых за предстоящие 1-3 года | > 5 магазинов на конец отчетного периода | Разработка форматов покрытия   |
|                                | Повышение эффективности продаж           | Товарооборот на 1 кв.м.  | > 10 000 руб. по итогам года             | Разработка плана мерчендайзинга  |
| Ассортиментная политика        | Увеличение количества новых серий мебели | Среднее количество серий в год                                   | > 4 серии по итогам года                 | Разработка плана ввода новых серий на рынок                                    |
|                                |  | Доля новой серии в товарообороте организации (в %)               | > 2% по итогам года                      | Разработка плана продвижения новой серии на рынке                              |
|                                |  | Доля удовлетворенных новой серией покупателей (в %)              | > 70% по итогам года                     | Разработка системы обратной связи и программы поддержки лояльности покупателей |
| Реклама и стимулирование сбыта | Повышение уровня известности организации | Доля граждан, знающих продукцию (в %)                            | Более 40 %                               | Разработка эффективного медиаплана   |
|                                | Рост приверженцев организации            | Доля склонных совершить покупку среди знающих организацию (в %)  | Более 20 %                               | Разработка рекламных сообщений с отстройкой от продукции конкурентов           |
|                                |  | Изменение товарооборота в городе (в %)                           | > 10% по итогам года                     | Повышение и стандартизация уровня обслуживания в магазинах                     |



# Изменение показателей деятельности ООО «ИМПУЛЬС» по результатам внедрения мероприятий

| Наименование                                  | 2016 г. | 2017 г. | Темпы<br>роста,<br>% |
|---|---------|---------|----------------------|
| Выручка от реализации, тыс.руб.               | 12877   | 15633   | 121,4                |
| Себестоимость проданных товаров, тыс.<br>руб. | 8254    | 9616    | 116,5                |
| Валовая прибыль, тыс.р.                       | 4622,9  | 6017    | 130,2                |
| Издержки обращения, тыс.руб.                  | 4165    | 5396    | 129,6                |
| Прибыль от продаж, тыс.руб.                   | 457,9   | 621     | 135,6                |
| Чистая прибыль, тыс.руб.                      | 348,1   | 471,96  | 135,6                |
| Доходоёмкость, %                              | 35,9    | 38,5    | 107,2                |
| Издержкоотдача, %                             | 32,3    | 34,5    | 106,7                |
| Рентабельность продаж, %                      | 3,6     | 3,9     | 111,7                |

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**

