

Компания Адидас.



adidas®

На протяжении уже более 80 лет компания «Адидас» является символом успеха в мире спорта. История компании началась в 1920 году, когда молодой сапожник из Херцогенауэрах (Германия) Адольф Дасслер сшил свою первую пару спортивной обуви. Он хотел, чтобы у каждого атлета была такая экипировка, которая помогала бы ему добиваться лучших результатов. Идея оказалась настолько жизнеспособной, что к сегодняшнему дню компания добилась серьезных успехов, как в спорте, так и в бизнесе, и представляет широкий ассортимент товаров, начиная с баскетбольных кроссовок и футбольных бутс и заканчивая спортивной одеждой и обувью для туризма.

Цели компании:

- . Развитие бизнеса компании «Адидас»
- . Увеличение прибыли от продажи производимых товаров (и идей)
- . Увеличение доли присутствия компании на рынке
- . Укрепление имиджа товара/бренда/компании



Сильные стороны (S)

- 1. Наличие официального представительства компании в Санкт-Петербурге
- 2. Бренд «Adidas» воспринимается как элемент статусного положения
- 3. Лидирующая позиция на рынке
- 4. Наибольшее количество магазинов, имеющих выгодное географическое положение
- 5. Сильная внутрикорпоративная культура

Слабые стороны (W)

- 1. Малая доля самостоятельности в принятии решений
- 2. Сложность поддержания высокого уровня сервиса, связанная с текучестью кадров
- 3. Недостаток финансовых средств для осуществления стратегической инициативы
- 4. Недостаточное внимание к интересам клиентов

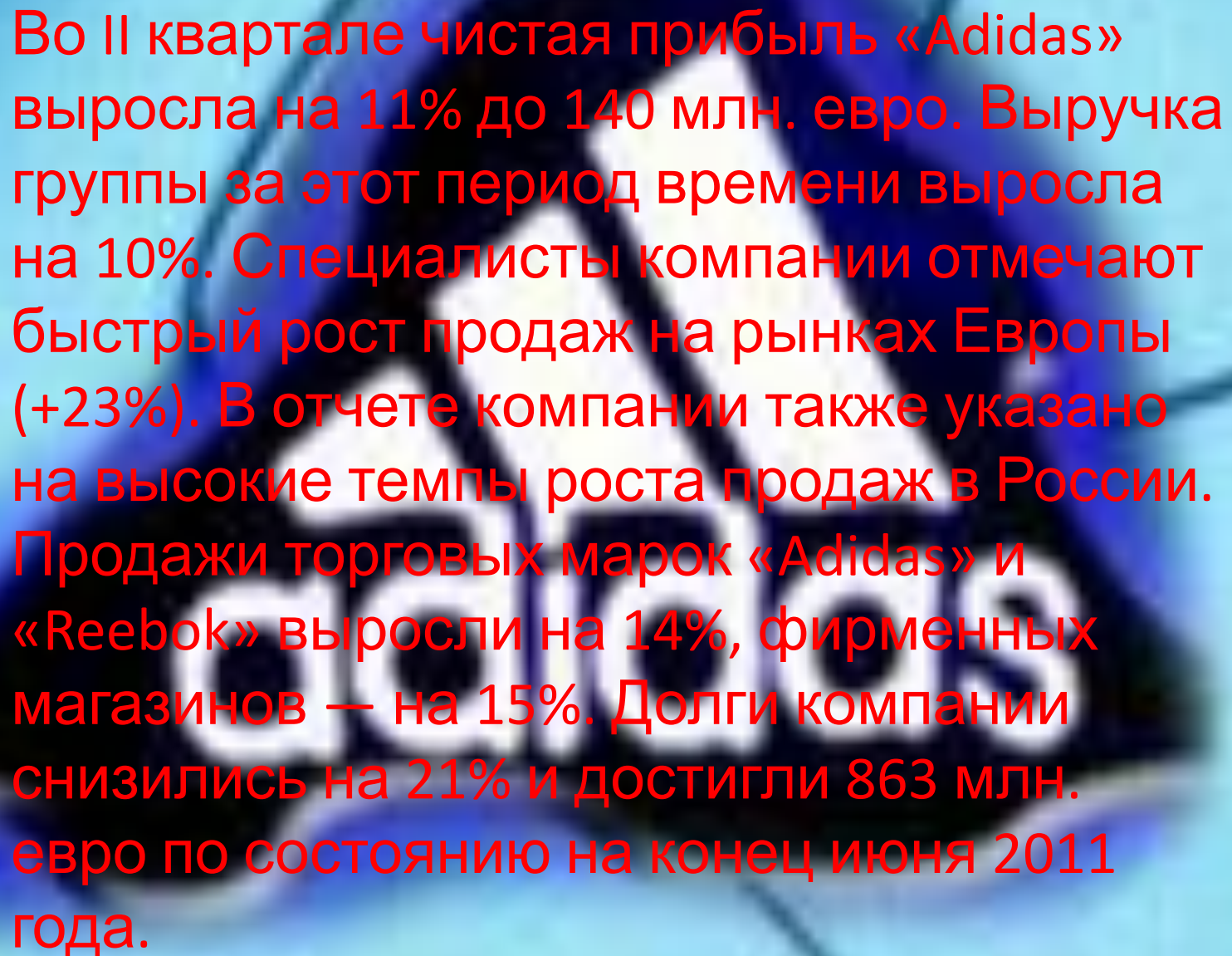
Возможности (O)

- 1. Рост популярности спорта среди населения
- 2. Приближение Олимпийских игр
- 3. Высокие темпы роста в отрасли
- 4. Развитие интернет – торговли

Угрозы (Т)

- 1.Рост ценовой чувствительности клиентов
- 2.Рост конкуренции ввиду насыщения рынка
- 3.Низкие входные барьеры в отрасль
- 4.Подделки товаров
- 5.Повышение таможенных пошлин на ввоз обуви
- 6.Уменьшение числа покупателей продукции вследствие демографического

Чистая прибыль немецкого производителя кроссовок и товаров для спорта Adidas в первом полугодии 2011 года выросла на 19% по сравнению с аналогичным показателем предыдущего В I квартале 2011 года выручка компании увеличилась на 22% до 3,273 млрд. евро против 2,674 млрд. евро в аналогичном периоде прошлого года. Чистая прибыль Adidas выросла по итогам I квартала 2011 года на 25% до 209 млн. евро. Рост продаж в I квартале наблюдался в России, материковом Китае и Северной Америке. года и составила 349 млн евро, сообщает компания.

A large, blurred Adidas logo is visible in the background of the slide. The logo consists of three diagonal stripes and the word 'adidas' in its characteristic font, though it is out of focus.

Во II квартале чистая прибыль «Adidas» выросла на 11% до 140 млн. евро. Выручка группы за этот период времени выросла на 10%. Специалисты компании отмечают быстрый рост продаж на рынках Европы (+23%). В отчете компании также указано на высокие темпы роста продаж в России. Продажи торговых марок «Adidas» и «Reebok» выросли на 14%, фирменных магазинов — на 15%. Долги компании снизились на 21% и достигли 863 млн. евро по состоянию на конец июня 2011 года.



Спасибо за внимание 😊

adidas®