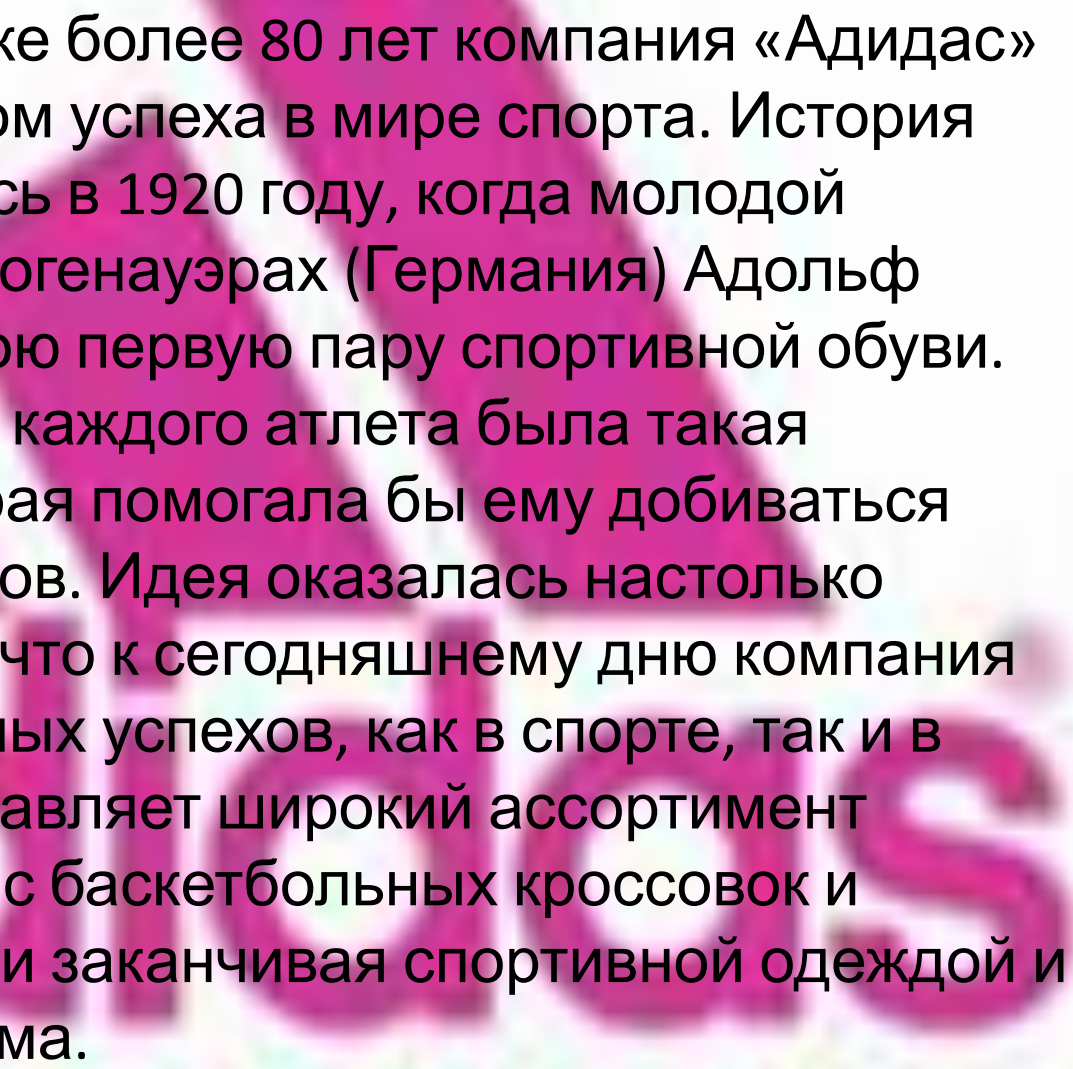


Компания Адидас.



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

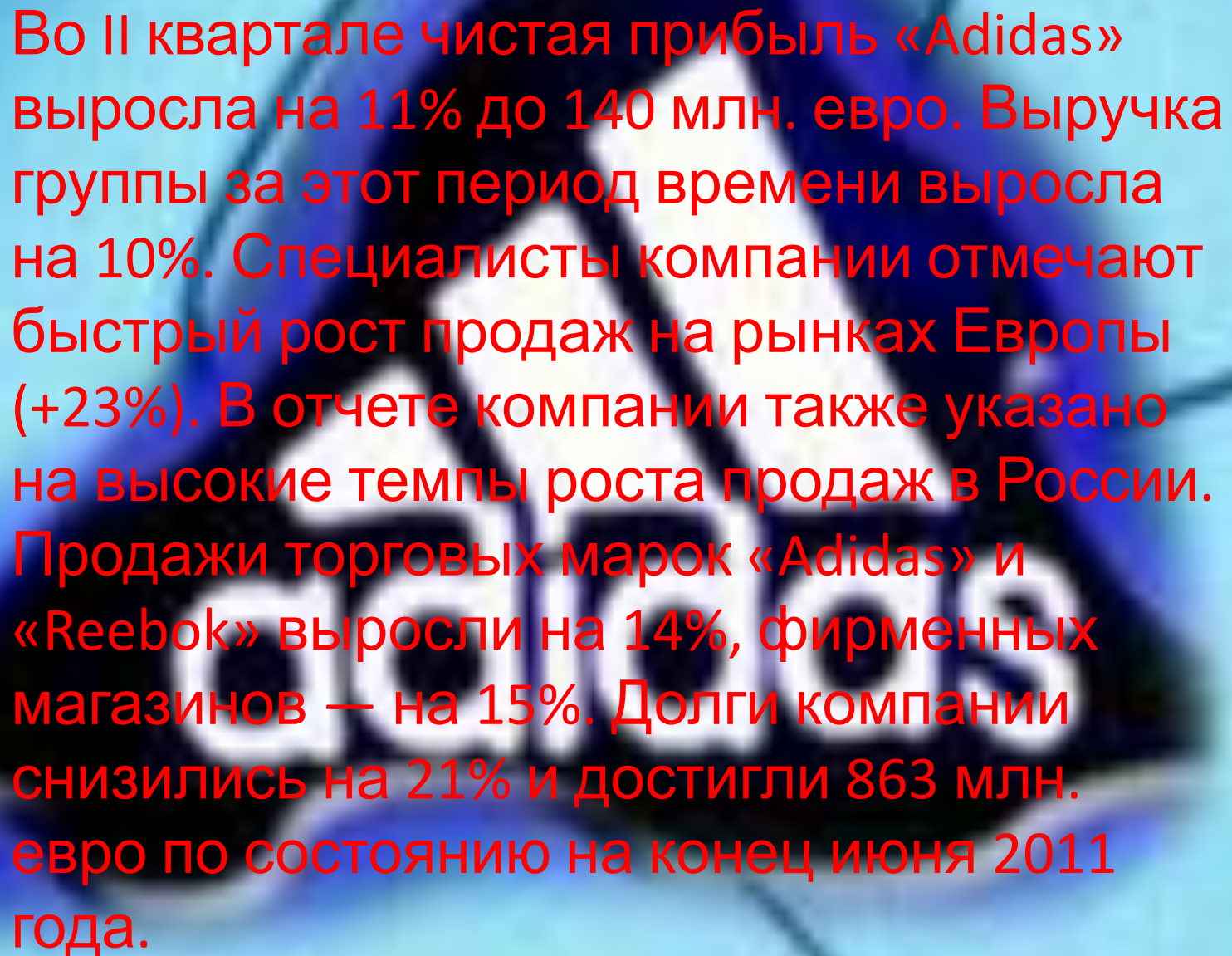
Возможности (O)

- 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.



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®