



ТЕМА 2: ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОРТФЕЛЯ ПРОДУКТОВ КОМПАНИИ

1. Первое преобразование – действующий портфель

В данный момент компания выпускает на своем заводе в с. Ворсино в Калужской области 7 основных брендов кормов для домашних непродуктивных животных:

Сухие корма

- Cat Chow
- Dog Chow
- Darling Cat
- Darling Dog
- One
- Pro Plan Cat
- Pro Plan Dog
- Friskies DRY

Влажные корма

- Friskies WET
- Felix
- Gourmet
- Pro Plan WET
- Felix Sensation

Указанные бренды включают в себя 231 SKU (идентификатор товарной позиции), которые отличаются между собой по 2 категориям – вкус и формат.

1. Первое преобразование – действующий портфель

Полный перечень кормов (Бренд + SKU) компании на конец 2014г. и начало 2015г., которые выпускаются или фасуются на заводе.

ВИД КОРМА	БРЕНД	SKU ВКУС	SKU ФОРМАТ (гр.)	ОБЪЕМ ПРОДАЖ 2012-2014 (%)
Сухой	Cat Chow	8	400	+88
			1500	+90
			2000	+48
			15000	+33
Сухой	Cat Dog	9	500	-93
			800 (НОВЫЙ)	0
			2500 (НОВЫЙ)	0
			3000	-78
			14000 (НОВЫЙ)	0
15000	-79			
Сухой	Darling Cat	3	300	-15
			800	-40
			2000	-11
			10000	+8
Сухой	Darling Dog	2	800	-3
			2500	+3
			10000	-13

1. Первое преобразование – действующий портфель

ВИД КОРМА	БРЕНД	SKU ВКУС	SKU ФОРМАТ (гр.)	ОБЪЕМ ПРОДАЖ 2012-2014 (%)
Сухой	Friskies DRY	10	200 (НОВЫЙ)	0
			400	+1
			600 (НОВЫЙ)	0
			800	-65
			2000	+29
			10000	-1
Сухой	One	8	200	+38
			750	+30
Сухой	Pro Plan Cat	15	400	+24
			1500 (НОВЫЙ)	0
			3000 (НОВЫЙ)	0
			10000 (НОВЫЙ)	0
Сухой	Pro Plan Dog	14	800	+29
			3000 (НОВЫЙ)	0
			7500 (НОВЫЙ)	0
			14000 (НОВЫЙ)	0
			18000 (НОВЫЙ)	0

1. Первое преобразование – действующий портфель

ВИД КОРМА	БРЕНД	SKU ВКУС	SKU ФОРМАТ (гр.)	ОБЪЕМ ПРОДАЖ 2012-2014 (%)
Влажный	Friskies WET	Adult Cat Beef	100	+24
		Cat Beef Jelly		+21
		Cat Beef Carrot		-21
		Beef&Lamb		+28
		Cat Chicken		+1
		Cat Rabbit		-36
		Rabbit&Carrot		-80
		Salmon&Tuna		-90
		Salmon/Tuna/Carrot		-56
		Turkey/GreenB		-43
		Turkey/Liver		-40
KITTEN Chkn	+28			
KITTEN Lamb	+16			
Влажный	Felix	CiJ Liver	85	+34
		CiJ Rabbit		+65
		CiJ Beef		+62
		CiJ Beef&Carrot		+30
		CiJ Chkn		+44
		CiJ Chkn&Tomato		-15
		CiJ Lamb		+49
		CiJ Salmon		-23
		CiJ Salmon&Courgette		-8
		CiJ Trout		+86
		CiJ Trout&GreenBeen		-10
CiJ Turkey	-23			

1. Первое преобразование – действующий портфель

ВИД КОРМА	БРЕНД	SKU ВКУС	SKU ФОРМАТ (гр.)	ОБЪЕМ ПРОДАЖ 2012-2014 (%)
Влажный	Felix Sensation	CiJ Beef&Tomato	85	-6
		CiJ Chkn&Carrot		0
		CiJ Duck&Spinach		0
		CiJ Salmon&COD		0
		CiJ Trky&Bch		0
		CiJ Ocean Fish		0
		CiJ Duck&Carrot		0
Влажный	Gourmet	CiG Beef&Veg	85	0
		CiG Chkn&Pasta		0
		CiG Salmon&Veg		0
		CiG Trky&Veg		0
		CiG Perle Chkn		-55
		CiG Perle Duck		0
		CiG Lamb		0
		CiG Perle Salmon		0
		CiG Trky		0
		CiG Beef		0
		CiG Beef&Trky/Veg		0

1. Первое преобразование – действующий портфель

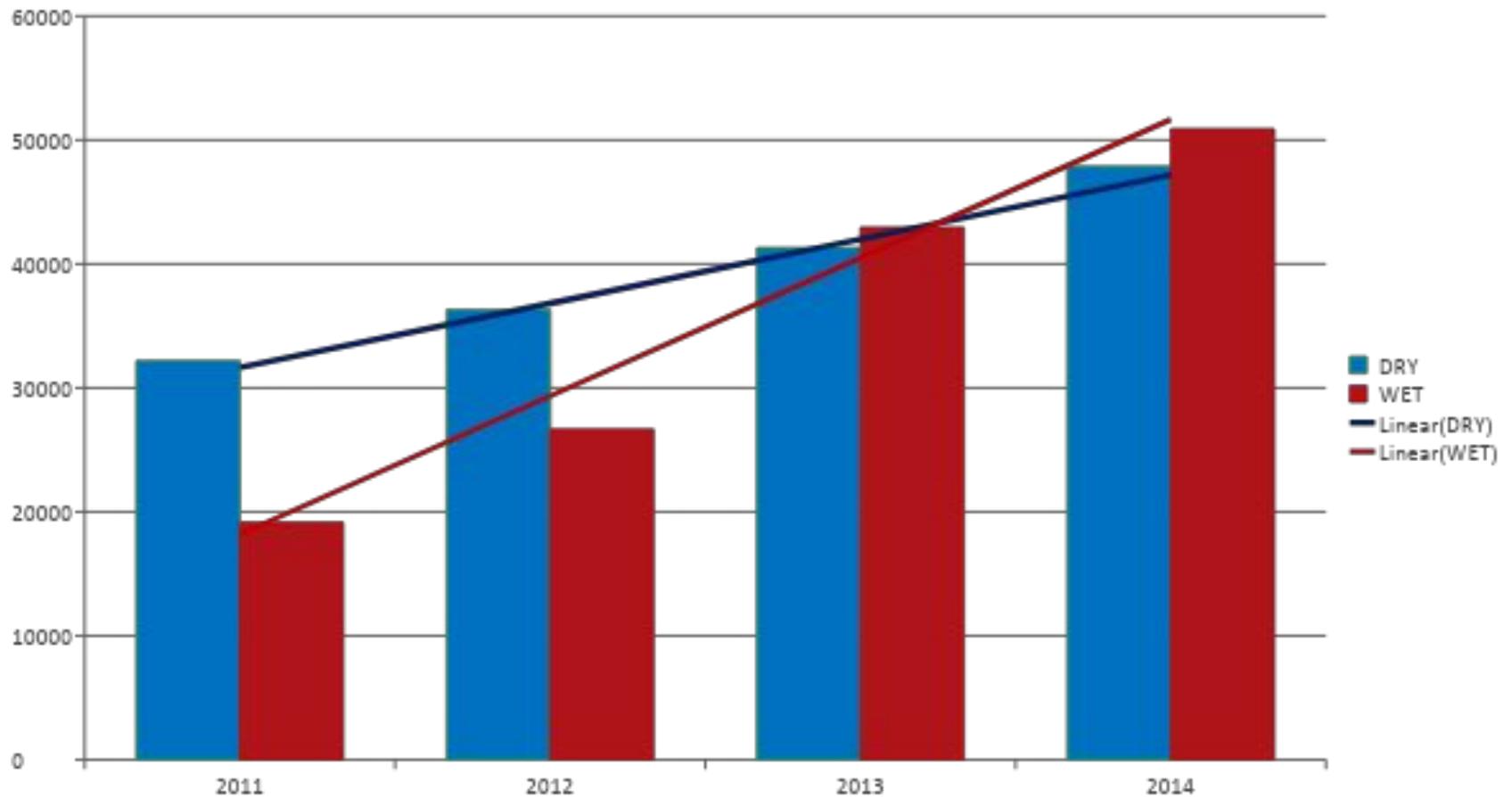
ВИД КОРМА	БРЕНД	SKU ВКУС	SKU ФОРМАТ (гр.)	ОБЪЕМ ПРОДАЖ 2012-2014 (%)
Влажный	Pro Plan WET	CiG Adult Lamb	85	-48
		CiG Adult Rabbit		-20
		CiG Salmon		-16
		CiG Trky		-40
		CiG Delicate Ocean Fish		0
		CiG Delicate Trky		0
		CiG House Salmon		0
		CiG Junior Chkn		+22
		CiG Sterilized Beef		0
CiG Sterilized Chkn	0			

Основываясь на маркетинговых исследованиях, а так же на цифрах объема продаж с 2012 по 2014 было выявлено следующее:

1. Влажные корма пользуются большей популярностью у населения России, чем сухие.
2. Большой рост продаж влажных кормов для кошек, что способствует появлению дополнительных производственных мощностей.
3. При изучении соусов для влажных кормов выявлено, что в России больше предпочитают корма в подливке, чем в желе.
4. При изучении ингредиентов кормов выявлено, что в России меньше предпочитают корма с добавлением рыбы, кролика, утки, а больше с говядиной и курицей.
5. При изучении форматов производства сухих кормов выявлено, что происходит падение продаж больших форматов от 3 до 15 кг.

1. Первое преобразование – действующий портфель

Рост объема продаж влажного и сухого корма в тоннах.



1. Первое преобразование – действующий портфель

Рост объема продаж корма для собак и для кошек в тоннах.

