

H. J. Heinz Company



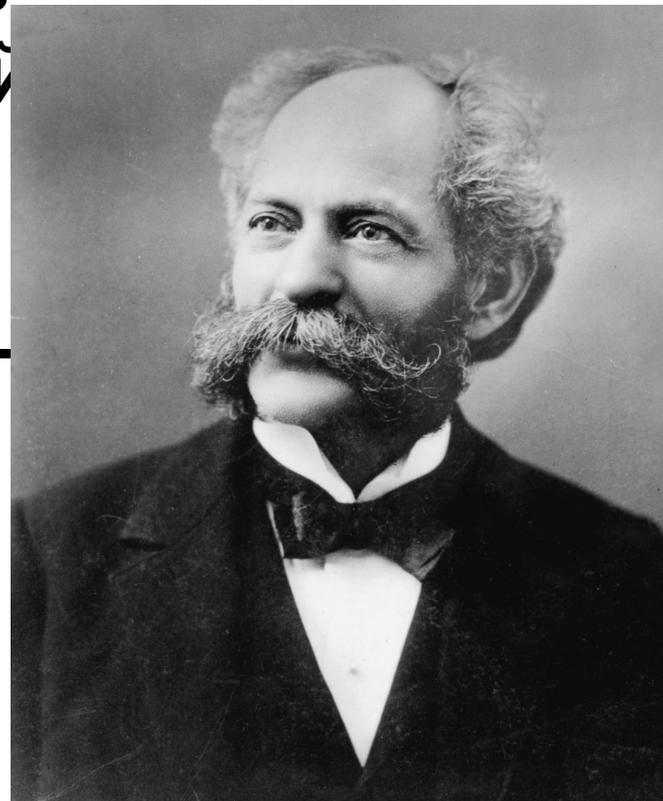
ЦЕЛЬ РАБОТЫ

Анализ деятельности “ Н.Ж. Heinz ”, а именно исследование международной конъюнктуры отрасли, интенсивности её конкуренции, определение основных структурных характеристик отрасли, которые влияют на уровень и характер конкуренции, а значит и на прибыльность отрасли.



ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ

Н. J. Heinz Company — один из старейших производителей продуктов питания в США. История её началась ещё в 1869 году, когда Генри Джон Хайнц и его друг Кларенс Нобель (Clarence Noble) основали небольшое предприятие Heinz & Noble. Однако продержаться на рынке ему удалось лишь шесть лет, до 1875 года.



Продукция в мире

- Кетчупы, соленья, супы, замороженные продукты, корма для животных и др.;
- Более 50 брендов/ более 5700 разных наименований продукции;
- №1/№2 на рынках более 50 стран;
- 30% продаж на долю кетчупа;
- 60% рынка кетчупов в США.



Продукция в России



Принципы Г. Дж. Хайнца

- 1) Высокое качество продукции. Всегда;
- 2) Четкая организация производства, контроль качества;



Реклама

Рекламная компания "You can't eat without it" (Вы не можете есть без него) от рекламных агентств *Leo Burnett* и *Cairo*



Еще более интересная рекламная компания связана с котом по имени Моррис.



Реальный живой огонь на огромном рекламном щите? Для Heinz нет ничего невозможного! Реклама и объявление о запуске нового горячего пряного кетчупа с Табаско

Анализ деятельности конкурентов и оценка качества маркетинговой среды.

Позиционная карта

| № | Конкурент | Доля рынка | Прибыль млн.р. |
|---|-----------|------------|----------------|
| 1 | Балтимор | 22,5% | 125,4 |
| 2 | Calve | 20% | 106,2 |
| 3 | Махеев | 6,5% | 25,6 |
| 4 | Mr. Ricco | 2,5% | 12,4 |
| 5 | Торчин | 1% | 3,8 |
| * | Heinz | 45,6% | 215,1 |

SWOT – анализ

Сильные стороны

- Сильный известный бренд
- Высокие финансовые показатели бизнес – сегментов
- Исследования и разработки

SWOT – анализ

Слабые стороны

- Низкая оборачиваемость запасов
- Снижение рейтингов
- Зависимость от экономической среды

SWOT – анализ

Возможности

- Рост рынка детского питания
- Запуск новых продуктов
- Изменение потребительских привычек

SWOT – анализ

Угрозы

- Растущий уровень конкуренции
- Ужесточение правил FDA
- Сохранение компанией доли рынка в настоящем и увеличение в будущем за счет новой продукции

Условия для работников

- 1892, кровавая забастовка рабочих сталелитейного завода

Heinz:

- перерывы в течение дня;
- зимний сад на крыше фабрики;
- маникюр для работавших на очистке огурцов;
- кружки по интересам (в т.ч. хор)
- «Принц патернализма»

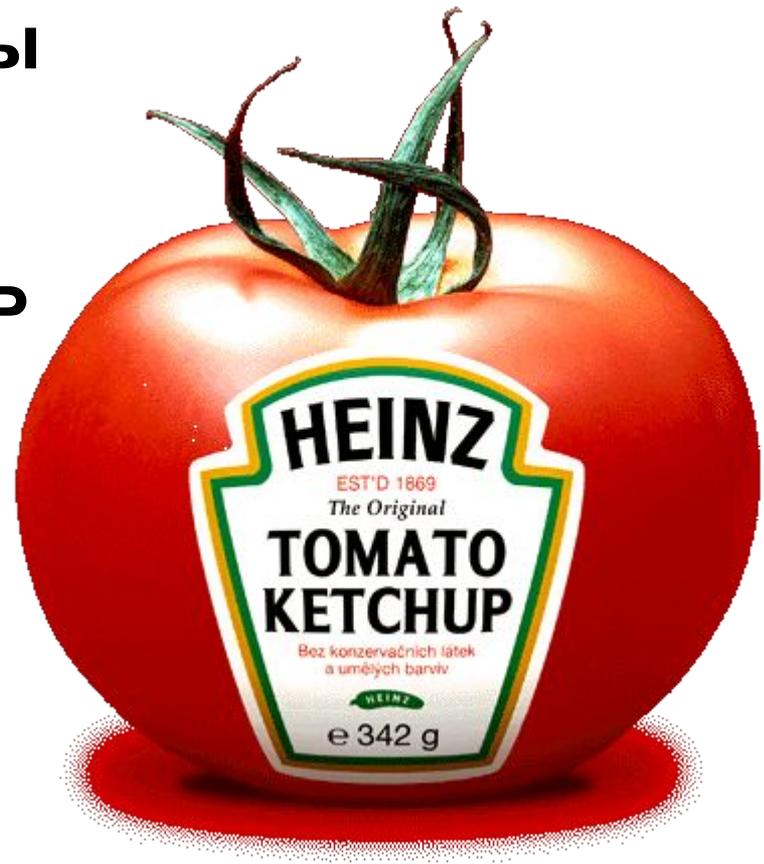


Миссия и ценности Heinz

Миссия: укрепление здоровья людей, планеты и своего бизнеса.

Ценности:

- «ОРИЕНТИРОВАННОСТЬ НА РЕЗУЛЬТАТ»;
- «ИННОВАЦИИ»;
- «СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ВИДЕНИЕ»;
- «ЦЕЛОСТНОСТЬ»;
- «РАБОТА В КОМАНДЕ И СОТРУДНИЧЕСТВО».



ВЫВОДЫ

Сегодня компания «H.J. Heinz» является мультинациональной корпорацией, ее филиалы находятся на всех обитаемых континентах. Основной профиль бизнеса - выращивание, изготовление и дальнейшая продажа эксклюзивных продуктов питания. Бренд «Хайнц» объединил тысячи продуктов - от соусов с майонезами до рыбы. Но потребитель ассоциирует имя компании с ее главным продуктом - кетчупом. Неслучайно на него приходится 30% всех продаж концерна. Сам же бренд является номером один по узнаваемости среди пищевых компаний.



Спасибо за внимание

