



## КОНСУЛЬТАЦИОННЫЙ СЕМИНАР «РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

Происходящее усиление конкуренции под влиянием кризисной ситуации в экономике приводит российские предприятия пищевой промышленности к необходимости повышения эффективности с целью сохранения и укрепления конкурентных позиций. На большинстве потребительских рынков сегодня отмечается смещение соперничества на ценовой уровень, следствием чего является не только потеря доходности отдельно взятых игроков, но и падение маржинальности конкретных отраслей пищевой промышленности в целом. Кроме того, сегодняшние потребители становятся более рациональными и стремятся сохранять объем потребляемых товаров и услуг, не увеличивая объем затрат на них, одновременно с этим стремясь покупать продукты питания, имеющие более высокий уровень потребительской ценности. В этой ситуации успешное управление предприятием требует перехода с преимущественно тактического планирования деятельности на создание комплексной системы, базирующейся на четком понимании вектора развития внешней среды и разработке стратегии развития предприятия, последовательно реализуемой на стратегическом, тактическом и операционных уровнях.

Пройдя обучение, без помощи дорогостоящих приглашенных бизнес-консультантов участники семинара смогут самостоятельно провести диагностику текущего положения своего предприятия, определить вектор его стратегического развития и сформировать перечень проектов повышения его операционной эффективности.

**Для кого:** собственники, руководители высшего и среднего звена, маркетологи и менеджеры по развитию

Мы предлагаем инновационную форму обучения – **100% практический консультационный семинар** в формате стратегической сессии, ориентированный на решение ключевых задач стратегического развития предприятий каждого участника. Программа семинара гибко адаптируется под запросы участников, присланные до начала его проведения. Упор делается на наиболее актуальные задачи, стоящие перед участниками семинара.

### По итогам участники семинара получат:

- в сжатой форме только практические рекомендации по разработке стратегии развития предприятия
- понимание текущего места своего предприятия в отрасли и на рынке
- вектор (направления) стратегического развития своего предприятия
- черновую формулировку стратегии развития и стратегического позиционирования своего предприятия
- карту стратегических и тактических целей своего предприятия
- черновую формулировку конкурентного позиционирования предприятия
- предварительный план реализации стратегии развития своего предприятия
- перечень ключевых проектов, требующихся для реализации стратегии развития своего предприятия
- выявленные «разрывы» в эффективности своего бизнеса и инструменты их устранения
- набор многократно апробированных рабочих инструментов разработки и реализации стратегии развития предприятия
- программу (план) самостоятельного проведения стратегической сессии на своем предприятии
- перечень ключевых информационных поводов PR-деятельности своего предприятия
- обмен отраслевым опытом с другими участниками семинара
- консультационное сопровождение разработки стратегии предприятия после окончания семинара (оплачивается отдельно)

### ПРОГРАММА КУРСА:

1. **Разработка стратегии развития пищевого предприятия: этапы, участники, алгоритм, особенности.** Особенности и ключевые факторы, влияющие на рынок продуктов питания, определяющие потребность в разработке стратегии развития. Основные этапы разработки стратегии. Особенности запуска проекта по разработке стратегии (участники, информационное обеспечение, результаты). Роль корпоративного центра в разработке и реализации стратегии (для



холдинговых структур). Особенности стратегического управления на разных этапах жизненного цикла предприятия и разработки стратегий предприятий-производителей и торговых предприятий.

2. **Оценка текущего положения пищевого предприятия.** Определение товарных и географических границ работы предприятия. Оценка позиционирования предприятия в отрасли и на рынке. Определение базовых направлений развития предприятия. Аудит текущих миссии, стратегии и карты целей предприятия. Анализ коммерческих показателей, системы продаж, ассортимента, ценового позиционирования и маркетинговой активности предприятия. Рекомендации по построению системы внешней и внутренней аналитики.

3. **Оценка влияния внешней среды и поиск стратегических зон роста пищевого предприятия.** Выявление ключевых трендов развития отрасли и рынка. **Мастер-класс** «Алгоритм анализа актуальных трендов с минимальным бюджетом». Оценка конкурентной позиции и определение стратегических факторов успеха предприятия. Оценка влияния товаров-заменителей (конкуренция производителей из разных товарных категорий) и конкуренции на уровне решений. Оценка влияния поставщиков на расширение и модификацию ассортимента. Оценка влияния изменений в моделях поведения потребителей на рынок продуктов питания. **Мастер-класс** «Поиск инновационных направлений развития и критериев дифференциации продукции предприятия».

4. **Диагностика внутренней среды пищевого предприятия.** Анализ цепочки создания стоимости, распределения функций и организационной структуры предприятия. Аудит ключевых бизнес-процессов. Определение этапа жизненного цикла предприятия. Анализ ключевых показателей деятельности. Определение ключевых зон повышения эффективности. Анализ соответствия внутренней среды предприятия тенденциям внешней среды.

5. **Выбор ключевых сегментов рынка для развития пищевого предприятия.** Выделение сегментов конечных потребителей и предприятий-потребителей. Формирование пакетов ценностей конечных потребителей. Оценка и выбор ключевых сегментов для развития предприятия. Определение критериев дифференциации продукции и предприятия в выбранных сегментах. Прогнозирование продаж и доли рынка предприятия. Определение альтернативных стратегий развития предприятия. Оценка соответствия внутренней среды предприятия стратегическим альтернативам.

6. **Стратегическое позиционирование пищевого предприятия в соответствии с выбранной стратегией.** Оценка альтернативных стратегий и выбор стратегии развития предприятия. Формулировка стратегии, миссии и видения. **Мастер-класс** «Модель стратегического позиционирования предприятия среди контактных аудиторий». Построение системы стратегических коммуникаций. Определение ключевых проектов и функциональных стратегий в рамках реализации выбранной стратегии.

7. **Планирование реализации стратегии.** Система сбалансированных показателей как инструмент формализации стратегии. Разработка функциональных стратегий. Разработка системы мотивации ключевого персонала предприятия. Изменения организационной структуры в соответствии со стратегией. Оптимизация бизнес-процессов. Контроль реализации стратегии и оценка рисков.

#### СПИКЕРЫ:

- **Елена Пономарева**, к.э.н., член Гильдии Маркетологов, генеральный директор научно-исследовательской компании «Лаборатория трендов», доцент кафедры менеджмента БГТУ «Военмех». Практический опыт в сфере маркетинга более 15 лет в консалтинге и на топовых позициях в российских холдингах (ГК «Квартал», холдинг «АЛАДУШКИН Групп», ГК «Евросиб» и др.). Эксперт по рыночным трендам и моделям потребительского поведения ведущих деловых СМИ и интернет-порталов («РБК», «Коммерсантъ», «Эксперт», «Ведомости», «Деловой Петербург», «Бренд-менеджмент», «Новости маркетинга», «Профиль», «Менеджмент сегодня», «Бизнес-журнал», «Пресс-служба», «Мясной ряд», «Мясной эксперт», «Молочная промышленность», «Молочная река», «Мое дело. Магазин», «Империя холода», RUSSIAN FOODMARKET, New Retail, Retailer, Retail, CITYMAGAZINE, Inc., Executive, Unipack и др.). Колумнист Forbes и журнала «Генеральный директор». Эксперт по потребительскому поведению журнала Psychologies. Эксперт по маркетингу Союза Мороженщиков России и телеканала 78 (Санкт-Петербург). Автор курса профессиональной переподготовки «Директор по стратегическому развитию» (620 часов)
- **Ольга Панова**, генеральный директор ООО «Фокс М», Президент Союза «Здоровье наших детей», руководитель программы «Школьное молоко» в России



**До семинара:** просьба к участникам сформулировать основные вопросы стратегического развития своего предприятия, на которые хотелось бы получить ответы во время консультационного семинара

**Рекомендуется:** иметь при себе ноутбук, планшет или информацию (документы, необходимые участнику) на флэшке в случае, если планируется получение индивидуальной консультации

**Также рекомендуем обратить внимание на программы обучения:**

- Консультационный семинар «Управление маркетингом предприятия пищевой промышленности» <http://t-laboratory.ru/marketingmanagement/>
- Практический семинар-тренинг «Trendwatching. Как искать идеи для создания и развития бизнеса» <http://t-laboratory.ru/trendwatching/>
- Семинар-практикум «Эффективное наставничество на производстве: как быстро и качественно обучать новичков» <http://t-laboratory.ru/nastavnichestvo/>