



# ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ПУТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ООО «ЭЛТИК»

Генеральный директор  
Подволоцкая Полина Сергеевна

2024 год



# ЦЕЛЬ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИОННОЙ РАБОТЫ:



определение и пути реализации стратегии развития ООО «Элтик»,  
направленной на укрепление ее позиций на рынке и обеспечение  
устойчивого роста в долгосрочной перспективе



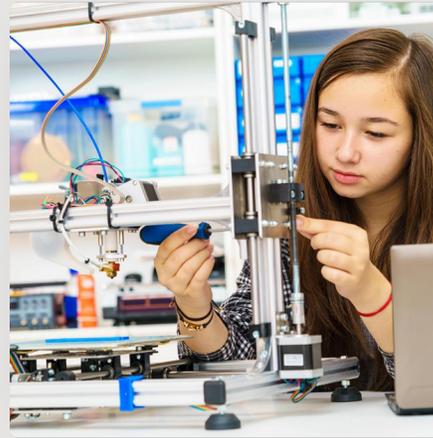
10 ЛЕТ  
УСПЕШНОЙ  
РАБОТЫ



## Работаем со всеми образовательными организациями



Детские сады



Школы



ССУЗы и ВУЗы



Интернаты

# ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ



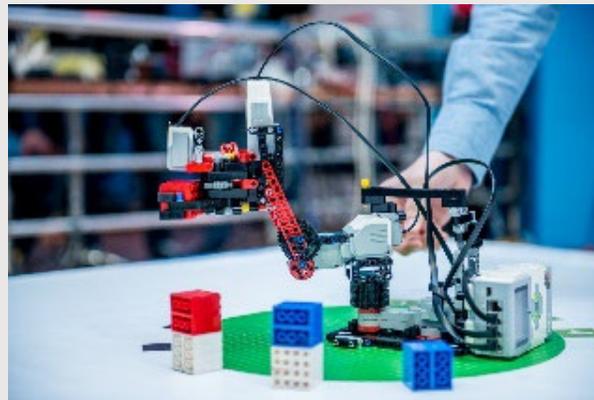
Интерактивное оборудование



Компьютеры и оргтехника



Проекционное оборудование



Робототехника



Цифровые лаборатории



НАЦИОНАЛЬНЫЕ  
ПРОЕКТЫ  
РОССИИ

# ОБРАЗОВАНИЕ

200  
ПО ПРОЕКТУ  
ЦИФРОВАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬН  
АЯ СРЕДА



ЦИФРОВАЯ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ  
СРЕДА

83  
ПО ПРОЕКТУ  
ТОЧКА РОСТА



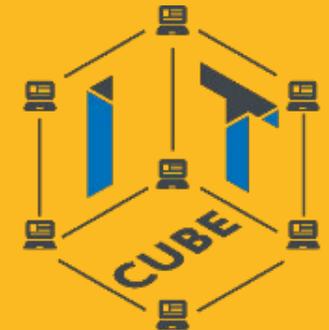
ТОЧКА РОСТА

11  
КВАНТОРИУМ



КВАНТОРИУМ

4 ИТ-куба



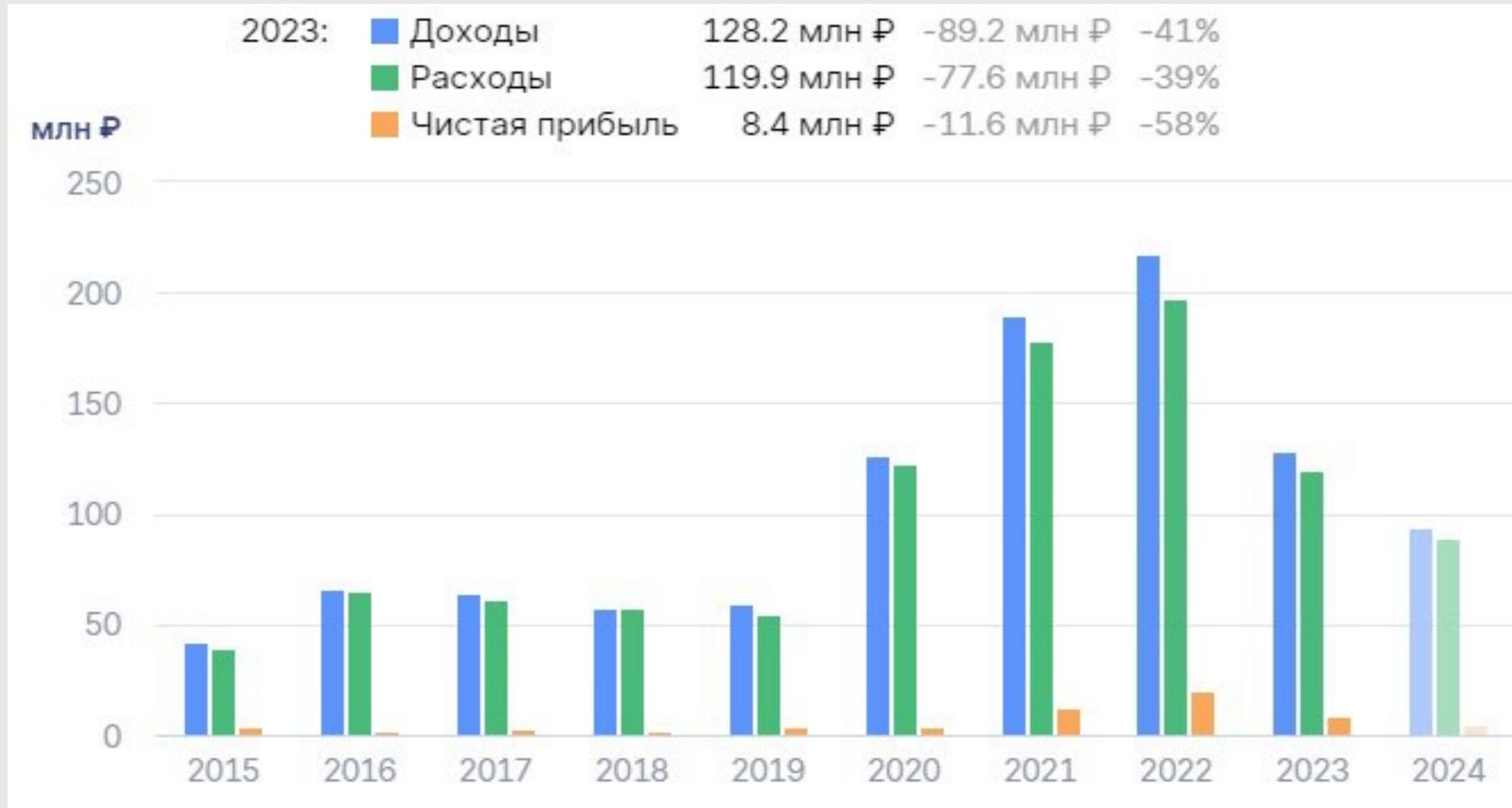


# АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ



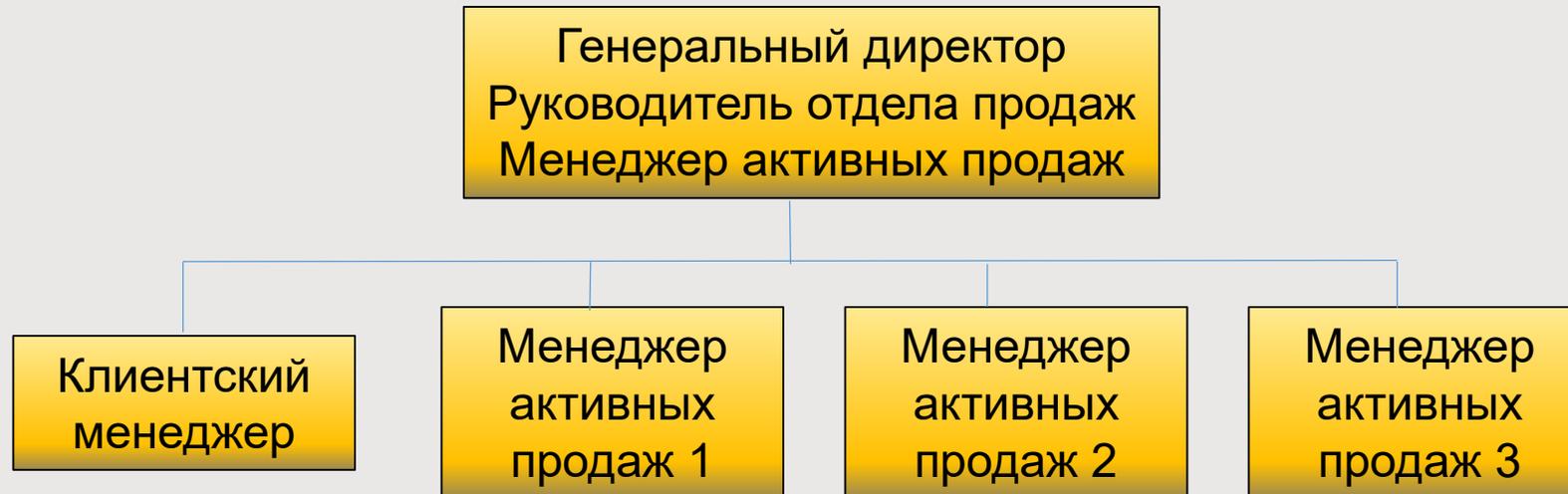
ROS (2023 г) = 6,56%

ROS (2024 г) = 14,36%





# СХЕМА ОТДЕЛА ПРОДАЖ В НОЯБРЕ 2023 ГОДА





# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЛИ МЕНЕДЖЕРА ПО МИНЦБЕРГУ

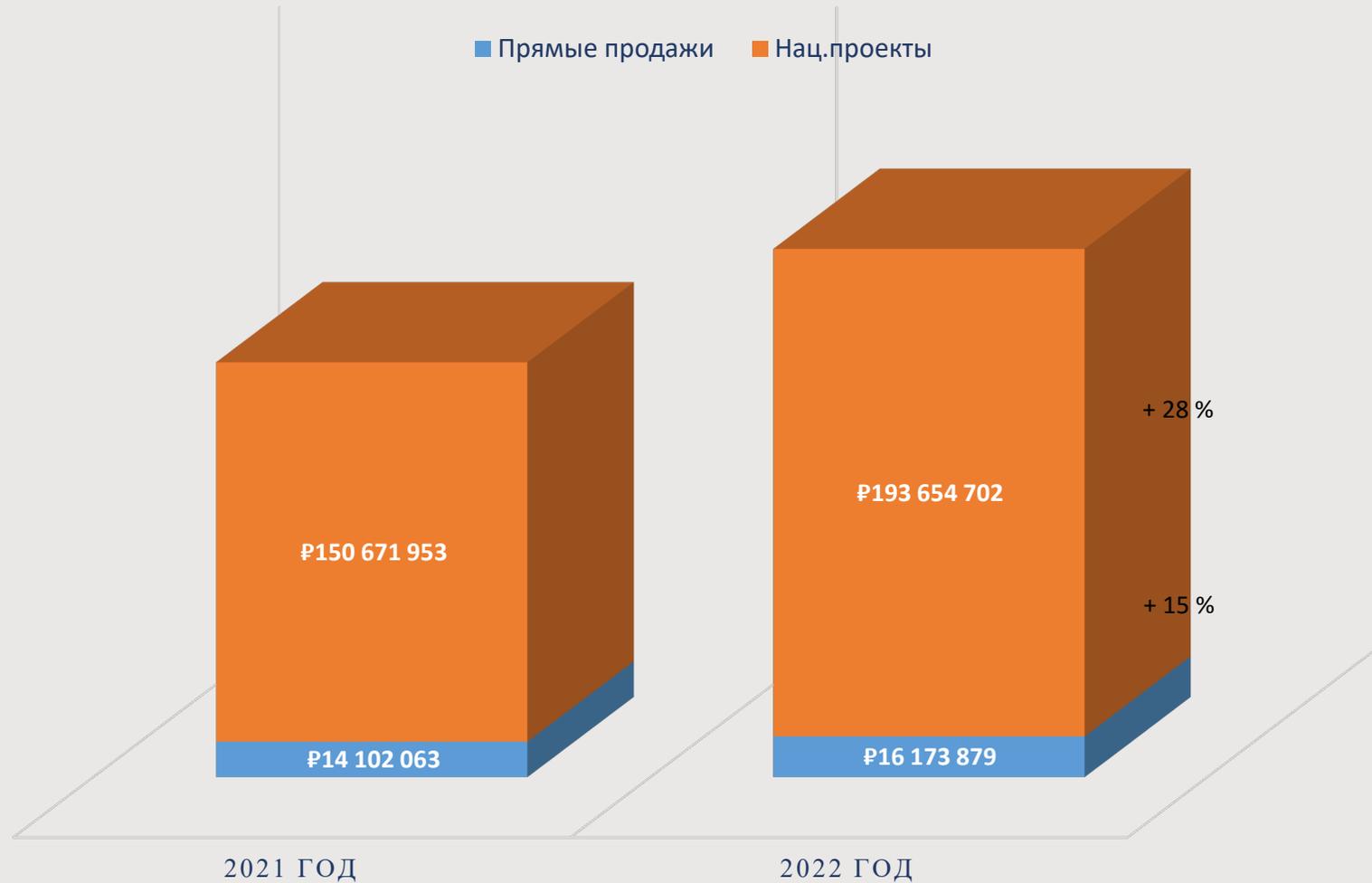


ТЕХНОЛОГИИ  
ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ

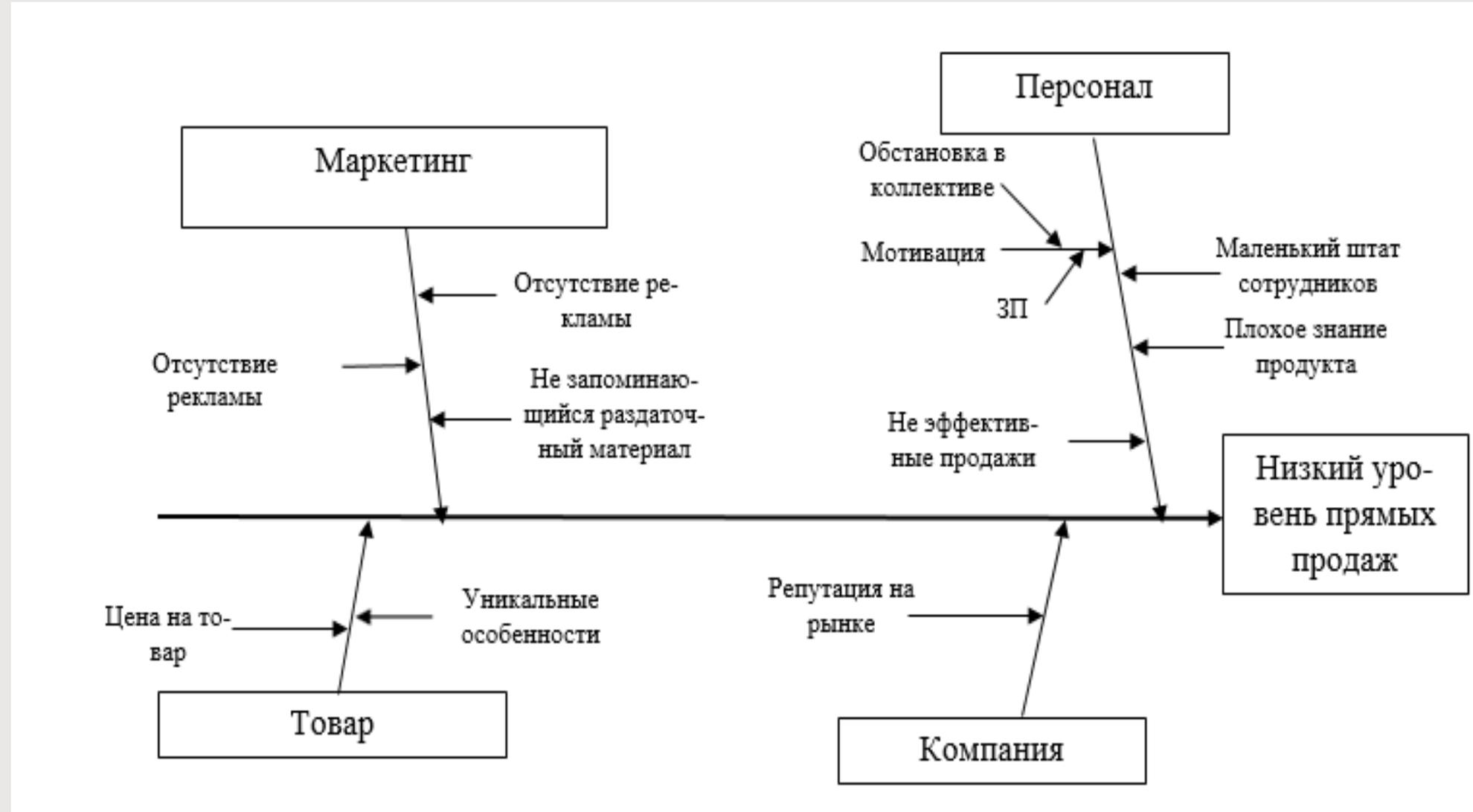
Элементы концепции	Эпизоды																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
<b>Концепция Минцберга</b>																	
Глава	+	+	+	+	+		+		+		+			+			+
Лидер																	
Связующее звено												+	+				
Собиратель		+						+						+			
Распространитель								+			+						
Представитель																	
Инициатор																	
Устранитель проблем										+							
Распределитель ресурсов														+			
Ведущий переговоры								+		+	+						
	Эпизоды																
	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34
Глава				+	+				+	+	+			+	+		
Лидер																	
Связующее звено	+																
Собиратель									+		+			+			
Распространитель																	
Представитель			+				+				+						
Инициатор																	
Устранитель проблем																	
Распределитель ресурсов															+		
Ведущий переговоры								+	+		+	+					



# ДИНАМИКА ПРОДАЖ ЗА 2021 – 2022 год

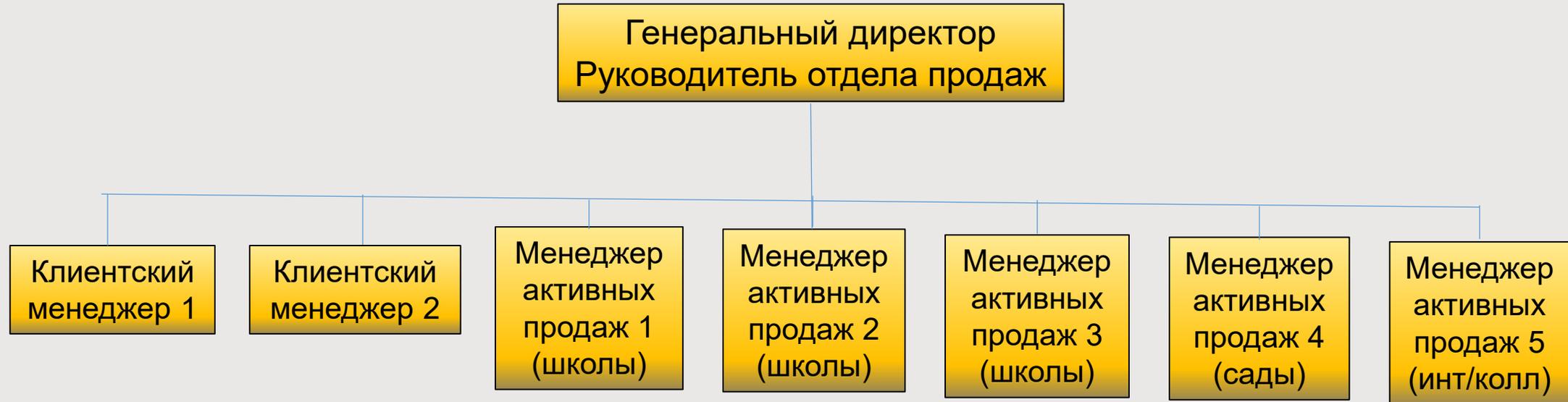


# АНАЛИЗ ПРИЧИНЫ НИЗКОГО УРОВНЯ ПРОДАЖ





# СХЕМА ОТДЕЛА ПРОДАЖ В МАРТЕ 2024 ГОДА





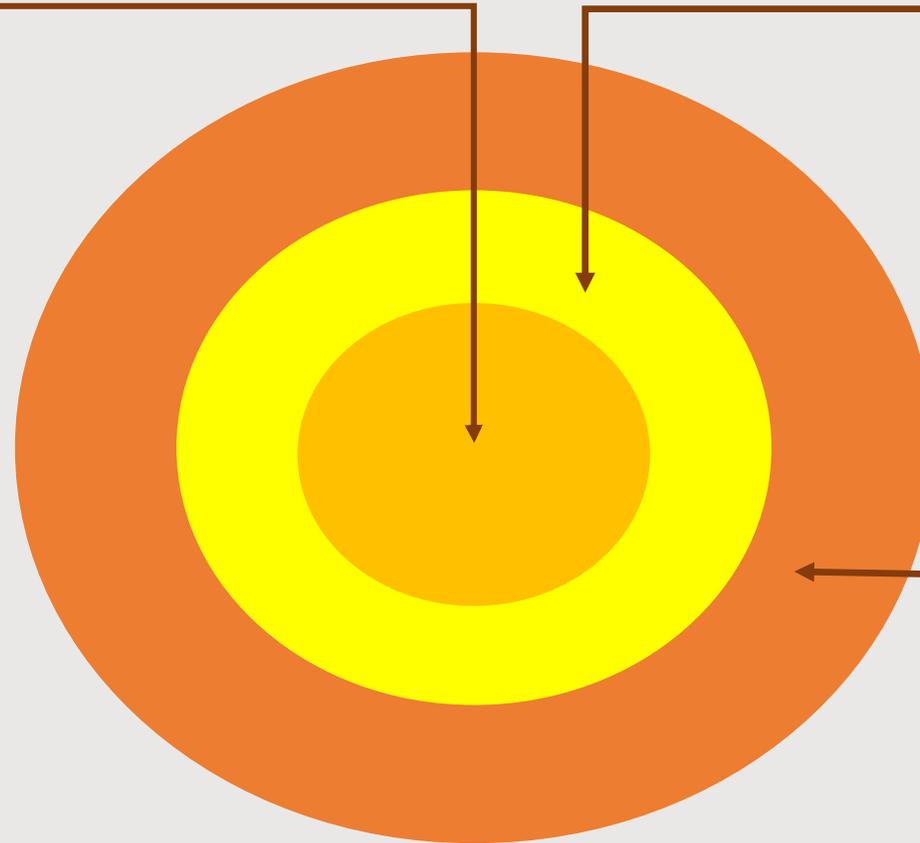
# ТРЕХУРОВНЕВЫЙ АНАЛИЗ УСЛУГИ



## КОМПЛЕКСНОГО ОСНАЩЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

### Сущность услуги:

- соответствие требованиям ФГОС,
- универсальность, возможность применения учебного оборудования для решения различных задач в учебной и внеурочной деятельности,
- достаточность оснащения образовательного процесса для полной реализации образовательных программ,
- соответствие приказу Министерства Просвещения от 06.09.2022 № 804



### Фактическая услуга:

- консультация заказчика по предлагаемому оборудованию,
- подбор индивидуальных решений,
- подготовка коммерческого предложения,
- оформление договора,
- поставка оборудования, настройка, ввод в эксплуатацию,
- гарантийное обслуживание

### Добавленная услуга:

- разработка дизайн-проекта,
- составление сметы,
- широкий ассортимент товаров и услуг,
- обучение,
- постгарантийное обслуживание



# МАРКЕТИНГ-МИКС 4P/4C



Концепция 4P	Концепция 4C	Разрывы в концепциях
<b>Продукт</b>	<b>Нужды потребителя</b>	
Поставка оборудования для организации учебного процесса	Оборудование должно удовлетворять потребности учебных заведений и обеспечивать эффективный образовательный процесс	Оборудование не совместимо с существующими системами или не поддерживает необходимые функции для обучения.
<b>Цена</b>	<b>Стоимость для потребителями</b>	
Средняя рыночная стоимость	Обеспечение выгодных условий сотрудничества для клиентов, включая низкие цены и гибкие условия оплаты. Также важно в эту стоимость получить доставку, монтаж, обучение и гарантию на товар.	Несоответствие цены товара и его качеству, его функциональным характеристикам
<b>Место</b>	<b>Удобство для потребителями</b>	
Сайт, офис компании	Предоставление удобных способов заказа и доставки оборудования, а также возможности получения технической поддержки и обучения по работе с оборудованием. Клиент хочет получить более подробную информацию о товаре (характеристики, цена, сроки поставки)	Недостоверная информация на сайте. Ограниченный выбор товаров. Отсутствие личного контакта. Отсутствие возможности протестировать товар перед покупкой.
<b>Продвижение</b>	<b>Коммуникации с потребителями</b>	
Рассылка КП по почте, буклеты, выставки, конференции, соц. сети	Активное взаимодействие через различные каналы связи, включая телефон. Электронную почту и социальные сети. Для оперативного решения возникающих вопросов и предоставления информации об услугах и акциях.	Ограниченный территориальный охват. Клиент может подумать, что электронное письмо с коммерческим предложением это спам.

# МОДЕЛЬ ПЯТИ СИЛ ПОРТЕРА





# АНАЛИЗ STEEP-ФАКТОРОВ



	Факторы	Возможности	Угрозы
<b>Социальные факторы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Демографические изменения</li> <li>- Уровень образования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Новые школы, кап.ремонт садов и школ</li> <li>- Развитие доп.образования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостаток квалифицированных кадров</li> </ul>
<b>Технологические факторы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Инновации в продуктах</li> <li>- Изменения в технологии производства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Инновации в образовании</li> <li>- Потребность в новом оборудовании</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Не выявлены</li> </ul>
<b>Экономические факторы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Повышение уровня инфляции и процентной ставки</li> <li>- Рост безработицы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Не выявлены</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Увеличение стоимости оборудования</li> </ul>
<b>Экологические факторы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Изменение климата</li> <li>- Загрязнение окружающей среды</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Повышение спроса на определенные товары</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Не выявлены</li> </ul>
<b>Политические факторы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Национальные проекты</li> <li>- Санкции</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Национальный проект «Образование»</li> <li>- Развитие социальных сетей</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Санкции и ограничения</li> </ul>



# РЕСУРСНАЯ МОДЕЛЬ ГРАНТА



# МАТРИЦА СТРАТЕГИЙ ПОРТЕРА

		Тип конкурентного преимущества	
		Более низкие затраты	Дифференциация
Масштаб конкуренции	Широкий рынок	Лидерство по затратам	Широкая дифференциация
	Узкий рынок	Сфокусированная экономика	Сфокусированная дифференциация





# ЧЕТЫРЕХПОЛЬНЫЙ СИТУАЦИОННЫЙ SWOT-АНАЛИЗ



	Слабые стороны				Сильные стороны				Всего
	Недостаточность маркетинга	Зависимость от производителей/поставщиков	Отсутствие стратегии	Итого	Наличие методиста	Ведение заказчика на всем пути реализации проекта	Опыт работы 10 лет	Итого	
<b>Возможности</b>									
Национальный проект «Образование»	-2	-3	-3	<b>-8</b>	2	3	2	7	<b>-1</b>
Инновации в образовании	-2	-2	-2	<b>-6</b>	3	2	2	7	<b>1</b>
Развитие социальных сетей	-3	0	-1	<b>-4</b>	0	0	2	2	<b>-2</b>
<b>Угрозы</b>									
Санкции	0	-3	-3	<b>-6</b>	0	0	1	1	<b>-5</b>
Открытие филиалов крупных компаний	-3	-2	-3	<b>-8</b>	0	1	2	3	<b>-5</b>
Интернет-магазины	-3	-1	-2	<b>-6</b>	0	3	2	5	<b>-1</b>
<b>Итого</b>	<b>-13</b>	<b>-11</b>	<b>-14</b>	<b>-38</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>-13</b>



# ШЕСТИЭТАПНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ



## 5. Коммуникации: планерки, e-mail, социальные сети, беседа в битрикс24

**1. Определение содержания**  
Цель проекта:  
Проведение конференции для школ Владимирской области с целью увеличения клиентской базы на 20%  
Дата 11.10.2024 г

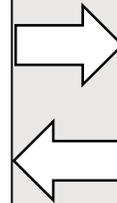
**2. Планирование**

- Составить список спикеров и разработать программу
- Определить место проведения
- Договориться с кейтерингом, фотографом
- Организовать онлайн-регистрацию и место регистрации
- Разработать маркетинговые материалы
- Итоговый отчет

Бюджет: 211000 рублей  
Риски: финансовые, технические, управленческие

### 3. Создание команды, руководство и мотивация

Генеральный директор  
Маркетолог  
Клиентский менеджер  
Активный менеджер 2 ч.



**4. Управление**

- Управление затратами
- Контроль сроков
- Совещания
- Корректировка планов

**6. Оценки и завершение**  
Окупаемость 3 месяца  
Достижение целей  
март 2025 года



# ДИАГРАММА ГАНТА ПО ПРОЕКТУ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ»



№ этапа	Июль				Август				Сентябрь				Октябрь		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1. Согласовать дату конференции															
2. Составить список приглашенных спикеров															
3. Разработать программу конференции															
4. Определить место проведения конференции															
5. Обеспечить техническое оснащение															
6. Договориться с кейтерингом															
7. Выбор фотографа															
8. Организовать онлайн-регистрацию участников															
9. Обеспечить информационную поддержку															
10. Маркетинговые материалы															
11. Организовать место регистрации															
12. Итоговый отчет															
13. Мониторинг и контроль															



# ЧЕТЫРЕХПОЛЬНЫЙ СИТУАЦИОННЫЙ SWOT-АНАЛИЗ ПОСЛЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА



	Слабые стороны				Сильные стороны				Всего
	Недостаточность маркетинга	Зависимость от производителей/поставщиков	Отсутствие стратегии	Итого	Наличие методиста	Ведение заказчика на всем пути реализации проекта	Опыт работы 10 лет	Итого	
<b>Возможности</b>									
Национальный проект «Образование»	3	-3	2	2	2	3	2	7	9
Инновации в образовании	3	-2	2	3	3	2	2	7	10
Развитие социальных сетей	3	0	1	4	0	0	2	2	6
<b>Угрозы</b>									
Санкции	-2	-3	-1	-6	0	0	1	1	-5
Открытие филиалов крупных компаний	1	-2	1	0	0	1	2	3	3
Интернет-магазины	1	-1	1	1	0	3	2	5	6
<b>Итого</b>	<b>9</b>	<b>-11</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>29</b>



## ВЫВОДЫ



Конкурентная стратегия компании: широкая дифференциация

Увеличение клиентской базы на 20% среди школ Владимирской области  
возможно после проведения образовательной конкуренции 11.10.2024 г.

Бюджет конференции 211 000 рублей, срок окупаемости 3 месяца



Спасибо за внимание



ТЕХНОЛОГИИ  
ДЛЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Генеральный директор  
ООО "Элтик"  
Подволоцкая Полина Сергеевна

8(4922)52-99-77, доб. 120  
8-910-770-27-35  
pps@abmcom.ru

