

Планирование продвижения нового продукта на российский рынок

(на примере молочных фильтров для сборщиков молока ООО «ЮВМилк»)

Власова Мария,
Маркетолог-исследователь
ООО «ЮВМилк»
Воронеж, 2020



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Компания «ЮВМилк»

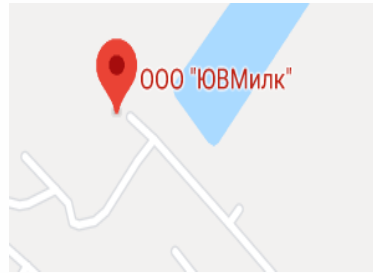
2004г - год основания

Сегодня «ЮВМилк»:

3 000 кв.м. производственных площадей
50+ станков для металлообработки и экструзии
полипропилена

200 сотрудников
6 000 +клиентов в 53+ странах

10+ видов фильтруемых жидкостей
10 наград "100 лучших товаров России"



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Проблемное поле исследования

Сборщики(заготовители) молока выступают посредниками между производителями и переработчиками молока. Организовывая стационарные или мобильные пункты сбора молока, они помогают населению и маленьким фермам решить вопрос транспортировки и сдачи молока

Специфика сегмента сборщиков молока в РФ

- нет точной информации о количестве сборщиков молока
- нет выстроенной системы взаимодействия с данной ЦА
- малоизученная ЦА



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Актуальность исследования

Российские производственные компании осуществляют деятельность в сложных условиях, отчасти обусловленных пандемией Ковид-19, уже вызвавшей:

- спад мировой экономики
- приостановление деловой активности
- существенные ограничения передвижения людей
- ряд других последствий



Новый маркетинговый подход к решению проблем управления производством и реализацией товаров и услуг предприятий - с ориентацией, прежде всего, на внутренний рынок

Объект исследования - компания ООО «ЮВМилк» и ее новый продукт - фильтры UVMILK® для сборщиков молока

Предмет исследования - теоретические, методологические и практические аспекты стратегии вывода на рынок нового товара – фильтров UVMILK® для сборщиков молока



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Новый продукт: цель и рынок

Выведение на рынок новых продуктов (товаров) – необходимость, при успешной реализации позволяющая поддерживать конкурентные позиции предприятия, а в идеале – укреплять их



Ориентация компании на внутренний рынок:

- поиск и определение новых целевых аудиторий
- углубление ассортимента для уже имеющих целевых аудиторий
 - развитие смежных компетенций предприятия



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



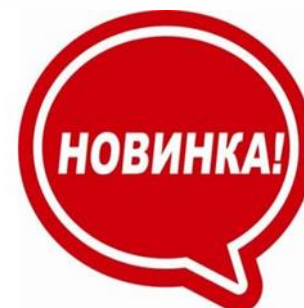
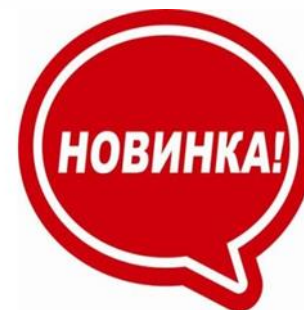
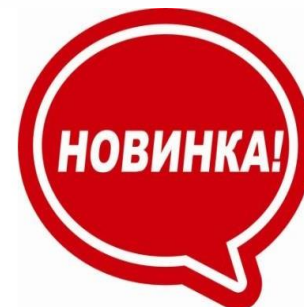
Новый продукт: а новый ли?

Для предприятия разрабатываемая ассортиментная группа будет новой с точки зрения:

- временного появления
- технологии производства
- качества очистки

Для рынка: фильтровальное оборудование для сборщиков молока не компилятивное, а специализированное, а именно – разработанное с учетом потребностей и особенностей хозяйствования молокосборщиков

Для потребителя - сборщиков молока - новая продуктовая линейка имеет дифференцированную степень новшества



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Краткий анализ основных факторов ВЫВОДА НОВЫХ ПРОДУКТОВ

- ✓ анализ собственного потенциала фирмы
- ✓ анализ макросреды
- ✓ анализ целевого рынка
- ✓ анализ конкурентов
- ✓ анализ сильных и слабых сторон товара как технологии
(конкурентоспособность характеристик продукта)
- ✓ анализ рисков



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Анализ макросреды

- ✓ Компании «ЮВМилк» пришлось внести коррективы в организацию всех процессов на предприятии с учетом **статуса системообразующего предприятия**
- ✓ При этом производственная деятельность была не только сохранена, но и расширена за счет открытия нового направления нетканых материалов
- ✓ На направлении молочных фильтров компании удалось стабилизировать реализацию продукции и ежемесячную выручку

В целом же экономические факторы оказывают сильное влияние на деятельность компании, заставляя ее оперативно реагировать на изменения ситуации и в экономике страны, и в молочной отрасли



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Анализ рисков

Риски этапа планирования и разработки:

- ✓ Ошибочное определение емкости рынка
- ✓ Неверно выбранное время для вывода нового продукта
- ✓ Ошибочное определение качественных параметров спроса



Риски этапа внедрения и продвижения:

- ✓ Недостаточные усилия по продвижению нового товара
- ✓ Дефекты товара
- ✓ Неадекватная (заниженная или завышенная) цена
- ✓ Ответные действия конкурентов



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Инструменты продвижения:

Онлайн продвижение

Контекст и ретаргетинг

Сайт

E-mail рассылка

Социальные сети

Форумы

Видео-ролики

Офлайн продвижение

Холодные звонки

Печатная реклама и инфографики

Коммерческие предложения

Рассылка календарей

Статьи в отраслевых журналах

Выставки и форум



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru



Участники реализации проекта

- **отдел маркетинга** – концепция, программа, реализация и сопровождение вывода и продвижения (онлайн и офлайн), содержание и дизайн рекламных продуктов
- **производственный отдел** – технологические решения и стабильное качество продукта
- **финансовый отдел** – снижения себестоимости продукции и определение конкурентоспособной цены
- **отдел продаж** – сбыт и увеличения продаж, расширение клиентской базы



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru





Спасибо за внимание!

WWW.UVMILK.RU

8 800 2000 338
UV@UVMILK.RU



8 800 2000 338
ЗВОНОК БЕСПЛАТНЫЙ

www.uvmilk.ru

www.shop.uvmilk.ru

uv@uvmilk.ru

