

Товарная стратегия



Суть товарной стратегии сводится к ответу на два вопроса:

1. Каким должен быть продуктовый ассортимент компании?
2. Какой должна быть длина каждой продуктовой линии?



Товарный ассортимент (товар-микс)

Совокупность всех товаров и товарных единиц.

Пример:

Товар-микс компании «Michelin»:

- Автомобильные шины
- Карты автомобильных дорог
- Услуги по ведению рейтинга ресторанов



Продуктовая линия

Совокупность модификаций одного продукта, каждая из которых нацелена на отдельный рыночный сегмент (товарная единица - ТЕ).



Характеристика продуктового ассортимента

- Широта ассортимента: количество продуктовых линий
- Насыщенность ассортимента: общее число товарных единиц компании
- Глубина ассортимента: среднее число товарных единиц в продуктовых линиях компании



Стратегия в области продуктовых линий

- Сбалансированность структуры продуктовой ЛИНИИ (высокая доля продаж, приходящаяся на одну или две ТЕ, говорит о неустойчивости ПЛ)
- Конкурентоспособность продуктовой линии (поиск и внедрение ТЕ, отсутствующих в ПЛ конкурентов)
- Оптимизация длины продуктовой линии (ТЛ считается короткой, если появление в ней новых ТЕ увеличивает общую прибыль и наоборот)



Оптимизация длины продуктовой линии

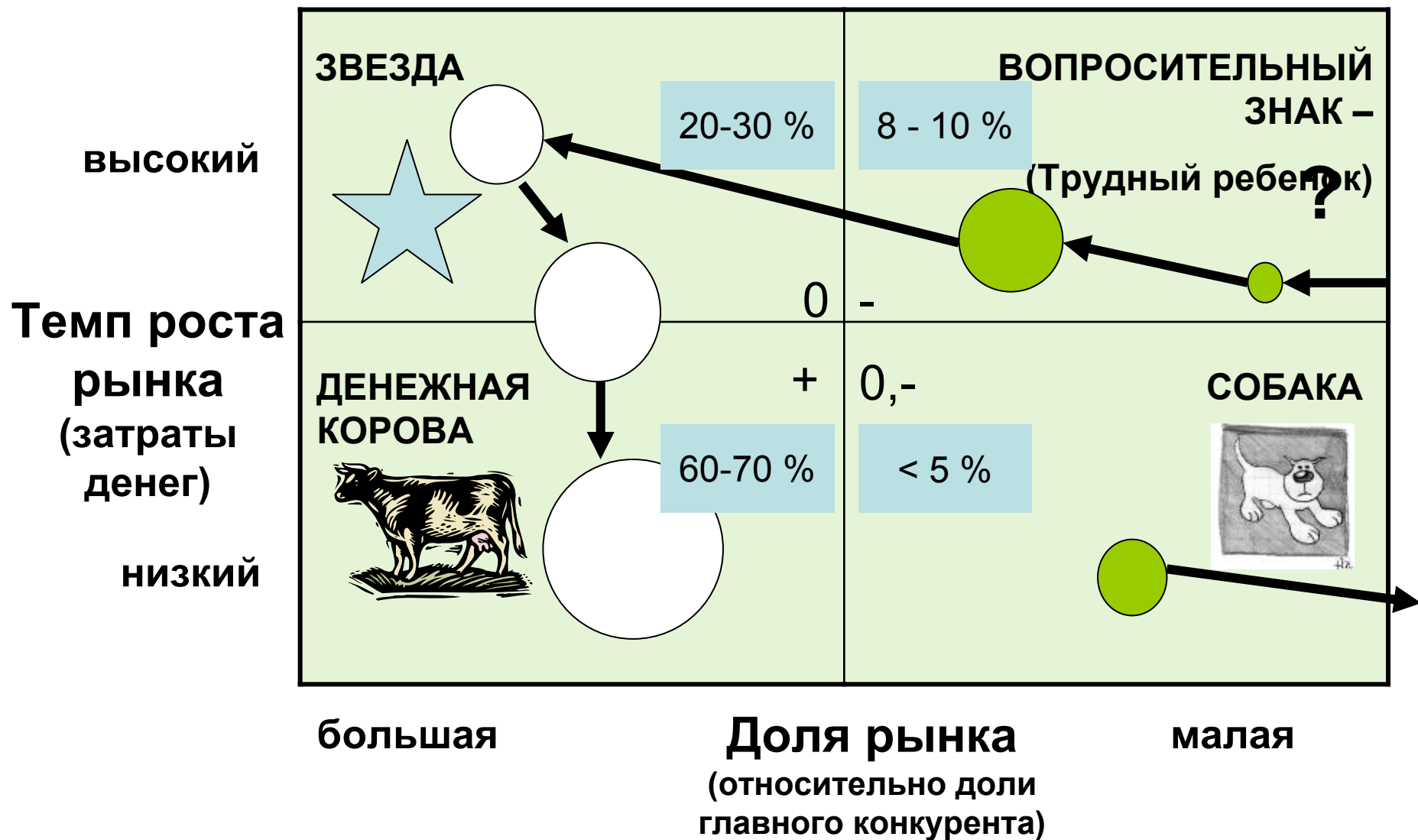
- **Удлинение продуктовой линии**
 - + позволяет найти нишу не занятую конкурентами
 - - рост издержек на разработку, производство и рекламу
 - - приводит к конкуренции между ТЕ одной ПЛ (**каннибализм товаров**)
- **Вытягивание продуктовой линии ВНИЗ** (выход в низкий ценовой сегмент)
 - + позволяет увеличить объем сбыта в условиях спада
 - + противодействует конкурентам в выходе в верхний ценовой сегмент
 - - размывает продуктовый бренд
- **Вытягивание продуктовой линии ВВЕРХ** (выход в высокий ценовой сегмент)
 - + позволяет увеличить прибыльность компании
 - - требует репозиционировать бренд либо создать новый
- **Сокращение продуктовой линии**
 - + сокращение издержек
 - + повышение управляемости
 - + сокращение каннибализма
 - - утрата конкурентных позиций в отдельных сегментах



Портфельный анализ

механизм выработки оптимального ассортимента фирмы, который оказывает максимально притягательное воздействие на покупателей, что обеспечивает в конечном итоге максимизацию финансовых результатов.

Ролевые позиции товарных групп (БКГ)



Критерии отнесения товара к определенному типу



Шведский
институт
менеджмента
www.ifl-russia.ru

«Вопросительный знак» «Трудные дети»	Новые виды товаров, товары, с которыми недавно работаем на рынке. Доля рынка низкая, а затраты на продвижение высокие.
«Звезды»	Товары, имеющие самые высокие темпы роста продаж, высокую оборачиваемость. Доля рынка уже существенная, но и затраты на их продвижение также высокие.
«Дойные коровы»	Товары, имеющие самый высокий уровень рентабельности, стабильные большие, но не растущие быстро объемы продаж.
«Собаки»	Проблемные товары: убыточные товары, товары с низкой оборачиваемостью и пр.

Контроль

- **ЗАДАНИЕ N 11** (- выберите один вариант ответа)

К жестким потребительским характеристикам холодильника относятся... **ВАРИАНТЫ**

ОТВЕТОВ:

- 1) технические параметры
- 2) дизайн
- 3) сервисное обслуживание
- 4) габаритные размеры

Контроль

- **ЗАДАНИЕ N 12** (- выберите один вариант ответа)

Широта товарной номенклатуры характеризуется...

ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:

- **1)** общей численностью ассортиментных групп товаров
- **2)** общей численностью вариантов предложения всех товаров
- **3)** степенью разнообразия товаров ассортиментных групп
- **4)** степенью разнообразия вариантов предложения групп

Контроль

- **ЗАДАНИЕ N 9** (- выберите один вариант ответа)

Такой товар как зонт относится к группе товаров... **ВАРИАНТЫ ОТВЕТОВ:**

- 1) экстренного потребления
- 2) особого спроса
- 3) предварительного выбора
- 4) повседневного спроса

Кейс «Товарная политика компании PepsiCo»

Уточнение понятий:

- Великая депрессия
- Объем выручки
- Рекламная кампания
- Капитализация компании
- Чистая прибыль
- Снеки
- Миноритарии
- Рынки БРИК

Вопросы для обсуждения:

- Какой основной стратегический шаг в области товарной политики совершила компания?
- Какой стратегии в области товарного портфеля компания планирует придерживаться в перспективе?
- Какие рынки для компании наиболее перспективны?
- Какие изменения компания вносит в основные продукты?
- В каком направлении развивается конкуренция с компанией Coca-Cola?