

Продвижение готовой продукции и формирование сбыта

Задача: Создание системы сбыта (поиск покупателей)

Заказчик: ООО “Рощинский Мясокомбинат”, Лен. Область

ООО “Рощинский Мясокомбинат” - локальное производство мяса говядины и мясопродуктов из живого скота в соответствии с ХАССП и Халяль под торговой маркой “Pro Стейк”

Предприятие находится в посёлке Пушное в Ленинградской области и в рамках единого производственного цикла осуществляет выпуск мясной продукции говядины в широком ассортименте. Отличительной особенностью комбината является не только единая производственная цепочка, но и высокий стандарт чистоты производственного процесса который обеспечивается двумя уровнями производства и большим количеством точек производственного контроля.



Руководство комбината пригласило меня для того, чтобы решить проблему узнаваемости продукции среди профессионального сообщества потребителей и наладить сбыт продукции по всем ключевым сегментам. Проект продолжался около 6 месяцев и в натуральных цифрах выглядит таким образом:

За время работы было комплексно проработано 258 компаний различного профиля, из которых:

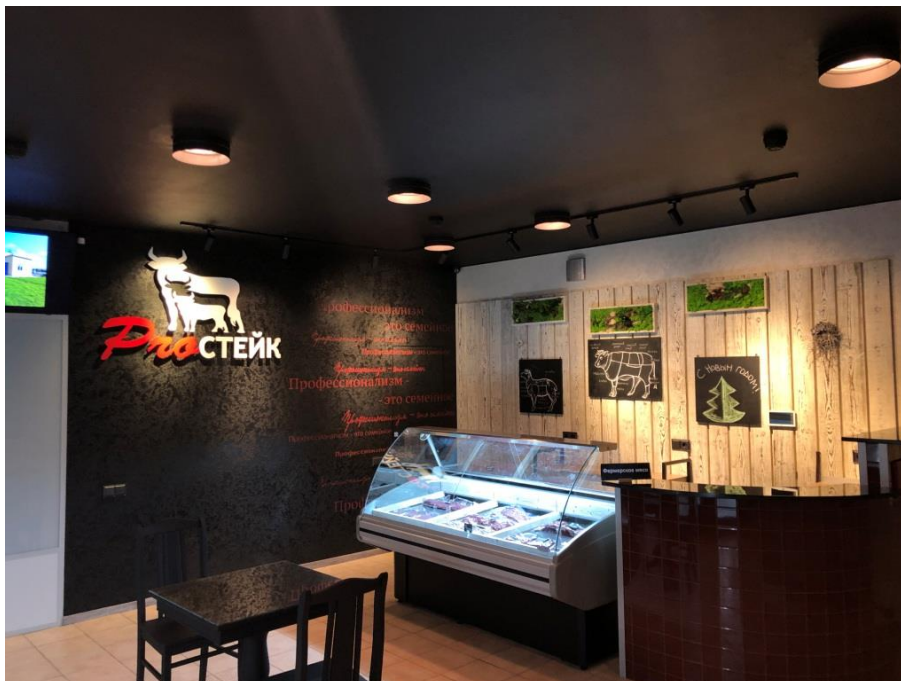
1. 29 розничных сетей
2. 156 представителей рынка оптовой торговли мясопродуктами
3. 36 компаний переработчиков и производителей продуктов из мяса говядины
4. В рамках продвижения Рощинского Мясокомбината в профессиональном сообществе рестораторов было проработано 50 ресторанов и шеф-поваров.



Дополнительно за время работы в рамках проекта продвижения была проведена следующая работа:

5. Разработано аналитическое исследование касательно аудита Рощинского Мясокомбината со стороны аккредитованных специализированных аудиторских компаний
6. Были проведены работы по продвижению Рощинского Мясокомбината на площадках в интернете - сформированы несколько разных кампаний, по которым идут обращения клиентов
7. Вместе с менеджментом был подготовлен пакет документации, необходимый для того, чтобы выйти на аудит отделов качества Розничных сетей.

8. Вместе с менеджментом была проведена работа по формированию контента для Шоурума (специального выставочного зала продукции в центре СПб)



9. Мною были проанализированы договора поставки привлечённых клиентов и разработаны протоколы разногласий для подписания договоров на удобных комбинату условиях без использования юристов комбината.

10. На завершающем этапе реализации проекта всем клиентам и партнерам по базе обновлена информация с актуальными ценами на продукцию и приглашением к сотрудничеству, что позволило заключить еще 3 выгодных контракта на поставку продукции "Рощинского Мясокомбината"

