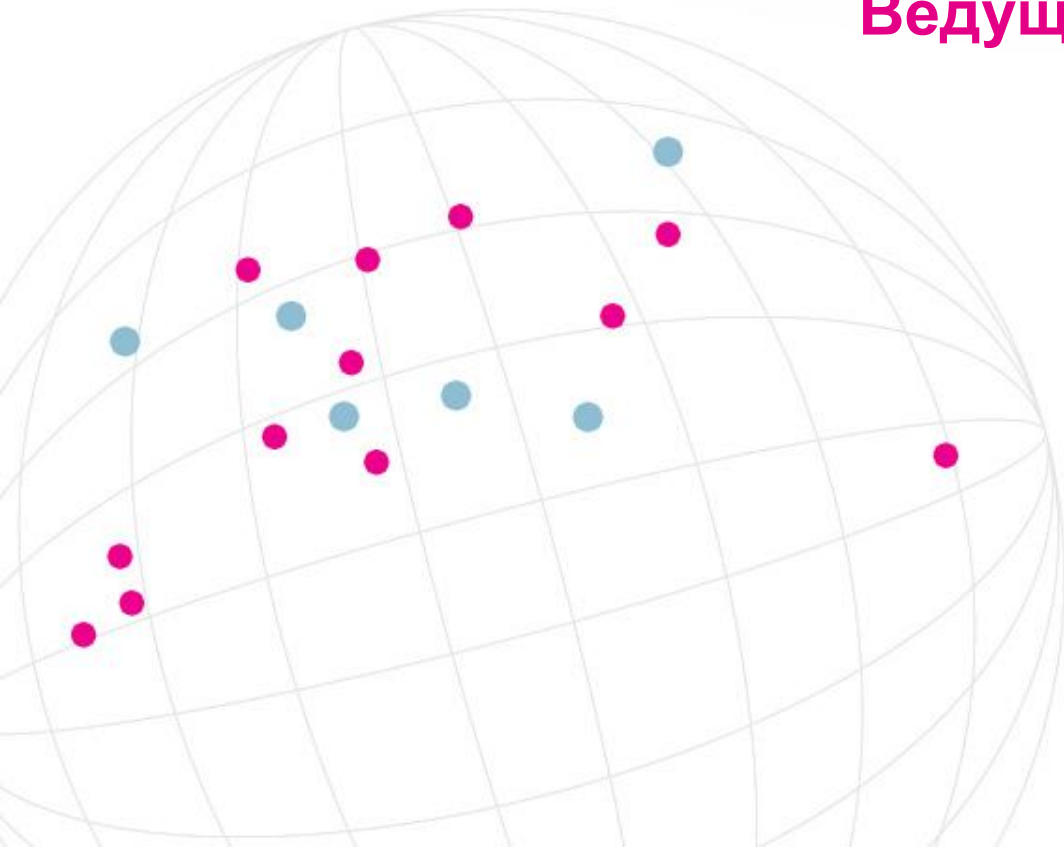


Storewars

Ведущая бизнес-симуляция



Stor wars

▶ Ведущая бизнес-симуляция

- ▶ была создана в 1995 г. в бизнес-школе INSEAD, в ответ на растущий бизнес ритейлеров и появившуюся в связи с этим необходимость эффективно вести переговоры с основными производителями товаров.
- ▶ проводилась для более чем 70% топ-100 мировых FMCG компаний и для 60% топ-10 мировых ритейлеров: Wal-Mart, Metro C&C, Tesco, L'Oreal and SAB Miller и др.
- ▶ развивает навыки, необходимые корпорации и каждому отдельному сотруднику для успешной деятельности в области, связанной с современной розничной торговлей.
- ▶ помогает достичь высоких результатов, т.к. люди запоминают 80% того, что испытали на собственном опыте.

Компании, с которыми мы работаем



WRIGLEY



COLGATE-PALMOLIVE COMPANY



Living innovation



L'ORÉAL











BACARDI



Cash & Carry



Как компании используют Storewars

 <p>NOKIA CONNECTING PEOPLE</p>	Моделирование бизнес-стратегии и портфеля продуктов
 <p>BRITISH AMERICAN TOBACCO MAURITIUS</p>	Налаживание отношений с ключевыми клиентами
 <p>kraft foods</p>	Оценка персонала
 <p>WRIGLEY</p>	Team building
 <p><i>Cadbury</i></p>	Корпоративные лидерские программы
 <p>METRO Cash & Carry</p>	Угроза со стороны hard discounters
 <p> Unilever</p>	ROI производителя

Уникальность Storewars

Как бизнес-модели

- ▶ Вертикальная модель рыночного взаимодействия по **цепи поставок** – основана на реальной статистике.
- ▶ Полное описание двух бизнес-моделей: ритейлера и производителя.
- ▶ **Переговоры** и их влияние на бизнес контрагентов.
- ▶ **Нет золотого решения** – результаты зависят от действий команд.
- ▶ **Динамическая активация дополнительных возможностей:** строительство и франчайзинг магазинов, автоматизация цепи поставок, производство частной марки для ритейлера, POS активности, финансирование издержек по хранению и т.д.

Как средства обучения

- ▶ **Для менеджеров высшего и среднего звена** как практическое продолжение и развитие базового бизнес - образования
- ▶ Развитие основных навыков управления на практике
- ▶ Комплексное тестирование и **развитие управленческих компетенций** и навыков по четырем основным направлениям:
 - Управление собой
 - Управление отношениями с другими
 - Создание кросс-функциональной команды и управление ею
 - Умение четко мыслить и анализировать большие объемы данных
- ▶ Для сотрудников отделов продаж, маркетинга и трейд-маркетинга, закупок, логистики, производства, финансов, HR.

Концепция Storewars

1.	Использование E-Learning на первом этапе
2.	5 команд-компаний с оборотом \$ 600 млн. каждая
3.	2 развитых виртуальных рынка: больший, но более чувствительный к цене и меньший, но менее чувствительный к цене
4.	2 категории FMCG: продукты питания, нон-фуд
5.	Компьютерная модель поведения: выбор магазина покупателем и выбор бренда потребителем
6.	16 страниц финансовой отчетности компаний , 34 страницы маркетинговых исследований
7.	12 живых переговоров в день между Ритейлерами и Производителями
8.	Анализ результатов после каждого решения
9.	Финальные результаты – Объявление победителя



Симуляция – ключевые решения

Ритейлеры

Уровень обслуживания в магазине
(высокий, средний, низкий)

Рекламный бюджет

Полочное пространство и POS- материалы

Частные марки

Промо-активности

Производители

Уровень компетентности

Загрузка производственных мощностей

Изменение линейки и состава продуктов

Издержки хранения запасов

R&D

Географический охват Storewars

- ▶ Storewars проводилась более **750** раз в **43** странах мира на **8** языках
- ▶ **Более 50** крупнейших мировых компаний использовали Storewars в корпоративном формате, **и более чем 500** компаний обучили своих сотрудников в открытых курсах
- ▶ >За последние 16 лет в бизнес-симуляции Storewars приняли участие **более 20 000** менеджеров среднего и высшего звена



Общие и стратегические навыки

Общие навыки

- ▶ Разработка обоснованной стратегии в соответствии с рыночными условиями.
- ▶ Общее управление бизнесом: рациональное использование ресурсов для достижения стратегических целей.
- ▶ Принятие тактических решений, оценка их эффективности.
- ▶ Навыки коммуникации.
- ▶ Навыки переговоров.
- ▶ Развитие эмоционального интеллекта.
- ▶ Анализ больших объемов данных, умение выделить ключевые показатели и на их основе принять правильное решение.

Полученные знания

- ▶ SWOT анализ.
- ▶ Сегментация рынка: воспринимаемая и фактическая.
- ▶ Отчет о прибылях и убытках:
 - Взгляд ритейлера и производителя.
 - Рентабельность покупателей и поставщиков.
 - KPI ритейлера и производителя.
- ▶ Оценка бренда: точка зрения ритейлера и производителя.
- ▶ Основы категорийного менеджмента.

Тактические и специальные навыки

Специальные навыки

- ▶ Стратегия и тактика ритейлера.
- ▶ Стратегия и тактика производителя.
- ▶ Управление категорией и портфелем продуктов: точка зрения производителя и ритейлера.
- ▶ Понимание экономических мотивов поведения производителей и ритейлеров.
- ▶ Расчет эффективности отношений с торговыми партнерами.
- ▶ Построение системы эффективного трейд-маркетинга для потребителя и покупателя.
- ▶ Бренд производителя и бренд ритейлера: место в умах и место на полке.

Полученные знания

- ▶ «Калькулятор переговоров» на базе Excel.
- ▶ Расчет финансового эффекта торговых условий.
- ▶ Расчет скидки с количества.
- ▶ Расчет расходов на промо-акции.
- ▶ Ценообразование.
- ▶ Расчет эффективного распределения полочного пространства: взгляд ритейлера и производителя.
- ▶ Маркетинговые расходы: распределение бюджета и основы расчета эффективности.

Контакты

- e-mail: sw@storewars.ru
- +7 (495) 232 35 01
- *Екатерина Войтенкова*
evoitenkova@storewars.ru
- *Евгения Бурметьева*
eburmetieva@storewars.ru

www.storewars.ru

www.storewars.net

