



ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДЛЯ КОНКУРСА **БРЭНД ГОДА – 2009**

РЕСПУБЛИКАНСКОЕ УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

БЕЛОРУССКИЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИЙ ЗАВОД

в номинациях : «**ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ БРЭНД**» и «**ТОВАРЫ И УСЛУГИ B2B**»



Индустриальный бренд РУП «БМЗ» - это имидж стабильного, устойчиво развивающегося промышленного предприятия, способного решать любые проблемы покупателя на рынке металлопродукции, атрибуты которого (товарный знак и название завода) характеризуются известностью.

Товарный бренд РУП «БМЗ» - привлекательный образ, созданный в сознании потребителя, связанный с товарной маркой завода и товарами, предоставляемые под этой маркой.

Концепция бренда РУП «БМЗ» - использование полного или сокращённого названия завода и/или торгового знака завода.



В 1982 году Правительство СССР и БССР приняли решение о строительстве в г. Жлобине предприятия под названием «Белорусский металлургический завод». Строительством завода занимался первый директор завода Акопов Держант Леонович (1981-1985гг.) и осуществлялся австрийской компанией «Фест-Альпине АГ» и итальянской компанией «Даниели».



Товарный знак завода разработан в 1984 году инженером проектно-конструкторского отдела Тарасовой Натальей Викторовной. Впервые он зарегистрирован в 1985 году в государственном реестре товарных знаков СССР.



Оригинальное сочетание условного изображения сталеразливочного ковша и аббревиатуры названия завода в товарном знаке придают бренду яркую **индивидуальность**.
Индивидуальность бренда подтверждена регистрацией товарного знака в 60 странах мира.





Миссия РУП «БМЗ» – быть лучшим поставщиком металлопродукции, удовлетворяющей потребности потребителей на всех сегментах рынка при применении прогрессивных и экологически безопасных технологий, рациональном использовании ресурсов и оптимальной организации процессов производства и управления.





- квалифицированный персонал;
- первоклассное оборудование;
- современные технологии;
- функционирующая корпоративная система менеджмента, разработанная в соответствии с требованиями международных стандартов OHSAS 18001, ISO 9001, ISO 14001, ISO/TS 16949, API spec Q 1, SA 8000.





- каналы продвижения продукции на мировые рынки (постоянные покупатели, собственная товаропроводящая сеть, дилеры и др.);
- использование атрибутики бренда на упаковочной таре (упаковочных материалах);
- ёмкую и информативную рекламу (плакаты, интернет-реклама на заводских web-сайтах, печатная продукция);
- переговорный процесс с потенциальными потребителями;
- участие в специализированных выставках (ярмарках);
- распространение рекламной и сувенирной продукции;
- стейкхолдеров.



- непрерывнолитая заготовка;
- сортовой и арматурный прокат;
- горячекатаные бесшовные трубы;
- металлокорд,
- проволока;
- фибра.



15 октября 1984 года
– День рождения РУП «БМЗ».



В этот день была выплавлена
первая сталь и получена
первая продукция –
непрерывнолитая заготовка.





5 ноября 1984 года –
начало эксплуатации
производственных
мощностей
сортопрокатного цеха
и прокатка на стане
320/150
первой партии
сортового проката.





25 ноября 1984 года – официальный пуск первой очереди Белорусского металлургического завода. Первая очередь завода включала копровый, электросталеплавильный и сортопрокатный цехи, инфраструктуру по их обслуживанию.



На торжествах по случаю пуска первой очереди завода в г. Жлобин прибыли канцлер Австрийской Республики Фред Зиновац, министр иностранных дел Австрии Л. Грац и другие государственные деятели Австрии.



Гордостью и визитной карточкой завода является арматурный прокат, дающей заводу наибольшую часть прибыли.

Заводчане гордятся тем, что именно арматура БМЗ использовалась при восстановлении Храма Христа Спасителя в Москве и строительстве Национальной Библиотеки в Минске.





Ситуация на рынке: спрос на металлопродукцию завода опережает ее производство.

Маркетинговая стратегия в этот период:

- снабжение предприятий БССР, Прибалтийских стран СССР дефицитным прокатом стана 320/150 (уголок, швеллер, арматура, катанка);
- увеличение мощностей завода;
- диверсификация производства путем освоения выпуска новой продукции – металлокорда, бортовой проволоки.



На заводе всегда большое внимание уделялось и уделяется качеству выпускаемой продукции.

1984-1986 гг. на заводе была создана комплексная система управления качеством продукции (КС УКП).



Государственной аттестационной комиссией СССР продукция завода была отнесена к высшей категории качества и маркировалась Знаком качества СССР.



23 января 1985 года подписание контракта с австрийской компанией «Фест Альпине АГ» и итальянской «Даниели» на строительство второй очереди завода (производство металлокорда и бортовой проволоки для автомобильной промышленности).

Важную роль в 1985-1989 годах в развитии завода сыграл второй директор завода Тихоновский Михаил Григорьевич.





21 ноября 1987 года министр черной металлургии СССР Колпаков С.В., министр промышленности и транспорта Австрии Р. Штрайхер и министр Италии Д. Сантуц официально осуществили пуск ДСП-2 и СТПЦ-1. В этот день была произведена первая партия белорусского металлокорда.





Предметом особой гордости БМЗ является самая наукоемкая продукция – **металлокорд**, поставляемый ведущим брендам в производстве шин:



- **MICHELIN** (Франция, Италия, США, Великобритания и др.);
- **GOODYEAR** (США, Люксембург, Германия и др.);
- **CONTINENTAL** (Германия, Австрия, Франция и др.);
- **PIRELLI** (Италия, Египет).



С 1998 года РУП «БМЗ» - один из лидеров на рынке поставщиков **проволоки для армирования рукавов высокого давления** (РМЛ).

Потребители этой продукции - известные бренды:

PARKER (США, Италия, Голландия);

MANULI (Италия);

ALFA GOMMA (Италия);

EATON (США, Германия, Сингапур);

SEMPERIT (Австрия, Чехия, Таиланд);

SUMITOMO (Япония);

IOKAGAMA & TOGAVA (Япония).



Заводчане законно гордятся тем, что РМЛ используется в объектах аэрокосмического комплекса и вместе с американским «Шатлом» побывала в космосе.



15 октября 1989 года БМЗ отметил свой первый юбилей – 5 летие завода.



В этом году отделом патентной, изобретательской работы и технической информации (ОПИРТИ) был подготовлен первый рекламный проспект – каталог продукции завода тиражом 10 тыс. экземпляров.



27 июля 1988 года - подписание контракта с австрийской компанией «Фест Альпине АГ» и итальянской компанией «Даниели» на строительство третьей очереди завода.

5 ноября 1990 года в рамках этого строительства осуществлен пуск ДСП-3, а 1 марта 1991 года СТПЦ-2.

1 марта 1991 года на заводе был проведен митинг советско – австрийско – итальянской дружбы в честь окончания строительства третьей очереди завода.



Рыночная ситуация: в конце 1991 распался рынок и финансовая система СССР. Значительно снизился спрос на продукцию завода.

Маркетинговая стратегия в этот период:

- для сохранения коллектива завода и работоспособности завода на постсоветском пространстве используется бартер;
- охрана интеллектуальной промышленной собственности завода;
- выход на западноевропейский рынок.



Выход на европейский рынок связан именем третьего директора завода Феоктистовым Юрием Васильевичем (1989-1999гг.)



После распада СССР патентной службой завода осуществляется регистрация товарного знака завода в Республике Беларусь и других странах.



Выход на рынок ЕС возможен только после сертификации продукции по национальным и региональным стандартам ЕС.



В 1992 году заводом был заключен контракт с германской фирмой «TUV Rheinland/Berlin - Brandenburg» на сертификацию продукции сортопрокатного цеха.

Получены первые сертификаты соответствия продукции сортопрокатного цеха европейским региональным стандартам (нормам) (EN) – EN 10025, EN 10083 и др.