



ПАКЕТ ПРЕЗЕНТАЦИИ БРЭНДА SAKURA ДЛЯ УЧАСТИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ КОНКУРСЕ «БРЭНД ГОДА 2009»



КОНКУРСНЫЕ НОМИНАЦИИ:
«Корпоративный бренд»
«Товары и услуги B2B»
«Услуги строительства и ремонта»

ИНОСТРАННОЕ ТОРГОВО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЕ
ЧАСТНОЕ УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ «САКУРА Бел»



СОДЕРЖАНИЕ

1. СТРАТЕГИЯ	3
2. ИДЕНТИЧНОСТЬ	12
3. АКТИВНОСТЬ В 2009 г.	18
4. РЕЗУЛЬТАТЫ В 2009 г.	28

КОМПАНИЯ «САКУРА Бел»



31 ДЕКАБРЯ 2009 г. САКУРА Бел ИСПОЛНИЛОСЬ 7 ЛЕТ!

ПЕРИОД 2002-2008 г.

- Основной вид деятельности – оптовая торговля системами безопасности
- Основной сегмент потребителей – инсталляционные компании (B2B)
- Входит в TOP-10 оптовых дилеров рынка (2008 г.)



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



БРЕНДИНГ – ЧАСТЬ БИЗНЕС-СТРАТЕГИИ

Для достижения поставленных стратегических целей, которые должны были, как минимум, нивелировать негативные тенденции в отрасли в 2009 г., одних организационных изменений и изменений в продуктовой, кадровой и пр. политиках компании, предпринятых компанией в рамках бизнес-стратегии, было недостаточно. Необходим был «прорыв», позволяющий идентифицировать наши предложения на фоне конкурентов, установить тесные взаимосвязи с новыми сегментами, стать более значимыми для традиционных сегментов.

ЭТИМ «ПРОРЫВОМ» СТАЛО УКРЕПЛЕНИЕ НАШЕГО БРЭНДА – SAKURA, который должен

- Обеспечить эмоциональную связь с потребителем
- Позволить отстроиться от конкурентов
- Облегчить выход компании на новые рынки
- Облегчить вход новых товаров/услуг на традиционные рынки

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



НАШИ НАМЕРЕНИЯ И ПОЗИЦИИ

Нам было необходимо, чтобы наши заказчики, акционеры, инвесторы, партнеры, каждый человек, который поверил и выбрал нас, имели точное представление о наших ценностях, намерениях, услугах и сервисе, нашей устремленности в будущее.

ВСЕ ЭТО ДОЛЖЕН БЫЛ ОЛИЦЕТВОРЯТЬ НАШ БРЭНД – SAKURA!

НАШИ КЛЮЧЕВЫЕ ПОЗИЦИИ:

- Создание высокоцелевого маркетинга и методов стимулирования сбыта, ориентированных на потребности заказчиков, а не только на развитие технического подхода.
- Предоставление самого высокого уровня обслуживания на белорусском рынке безопасности, увеличивая лояльность клиентов.
- Достижение общенационального признания в сфере разработки новых услуг и сервисов в области безопасности и комфорта.
- Создание образа компании с сетевой инфраструктурой и явными преимуществами для заказчиков.

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



МИССИЯ БРЭНДА И ПРИНЦИПЫ

МИССИЯ НАШЕГО БРЭНДА:

Мы развиваем культуру внедрения и использования технологий обеспечения безопасности и комфорта, помогая Вам и Вашему бизнесу противостоять вызову времени, находя экономически оправданные решения, четко выполняя договорные обязательства, делая безопасность естественным выбором людей.

НАШИ ГЛАВНЫЕ ЗАДАЧИ:

- Быть лучшими экспертами
- Развивать бизнес лучшим клиентам
- Сотрудничать с настоящими партнерами
- Искать лучшие решения и технологии
- Отвечать на важные вопросы

ОТКРОВЕННОСТИ:

- Главной целью и смыслом существования нашей компании является забота о Клиентах.
- Наша компания - компания для сотрудников.
- Мы ценим Личности, способные на достижение больших целей, вопреки возможным трудностям и временным неудобствам.

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЭНДА

Позиционирование отражает наше суждение о ценностях и демонстрирует наши отличия от конкурентов, разъясняя, кто мы, что делаем, чем отличаемся от других и в чем наши преимущества.

КТО МЫ?

- Мы - команда профессионалов, обладающих уникальным опытом!
- Мы - системный интегратор в области безопасности и комфорта!
- Мы - профессиональный партнер!
- Мы - динамично развивающаяся компания!
- Мы компания – инноватор!

ПОЧЕМУ ИМЕННО МЫ?

- Мы используем современные технологии и надежное оборудование
- Берем на себя ответственность по всем принятым обязательствам
- Придерживаемся конкурентной финансовой политики
- Предлагаем широкий спектр ассортимента и услуг
- Контролируем все этапы сделки
- Применяем индивидуальный подход к каждому клиенту
- Ориентируемся на долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество
- Имеем сеть региональных представительств
- Обладаем высокой деловой репутацией и опытом

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ И ЦЕЛЕВЫЕ СЕГМЕНТЫ БРЭНДА



СЕГМЕНТ В2В:

- Индивидуальные предприниматели и организации, закупающие продукцию, которую используют для производства услуг (монтажные организации).
- Индивидуальные предприниматели и организации, закупающие продукцию, которую используют для перепродажи (оптовые и/или розничные дистрибьюторы).
- Индивидуальные предприниматели и организации, закупающие продукцию и/или услуги для собственного потребления.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ:

- Форма собственности предприятий: государственная, частная
- Уставной капитал: РБ, иностранный, совместный
- Размер предприятий: крупные, средние, мелкие
- Отрасли: строительство, ТЭК, гос. структуры, связь, банки, оборонно-промышленный комплекс

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ СЕГМЕНТ В2С: ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Преимущественно городское население

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ:

- Пол: преимущественно мужчины, или женщины в сопровождении мужчин.
- Возрастные группы: от 25 до 35, от 35 до 45
- Семейное положение: преимущественно семейные люди с детьми

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИТЕРИИ:

- Образование: высшее
- Уровень заработной платы: средний, выше среднего, высокий
- Род деятельности: специалисты, руководители среднего и высшего звена, владельцы бизнеса

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ:

- Выгоды (поиск): более низкие цены, качество обслуживания, условия доставки
- Мотив покупки: безопасность имущества
- Отношение к инновациям: преимущественно «консерваторы»



ПОРТФЕЛЬ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ БРЭНДА

**ОТ ОПТОВОГО ПОСТАВЩИКА СИСТЕМ БЕЗОПАСНОСТИ К ИНТЕГРАТОРУ РЕШЕНИЙ В ОБЛАСТИ
БЕЗОПАСНОСТИ И КОМФОРТА «ПОД КЛЮЧ»**

ПОЛНЫЙ ЦИКЛ УСЛУГИ ПО СОЗДАНИЮ СЛАБОТОЧНЫХ СИСТЕМ:

- Консультирование по вопросам технического обеспечения безопасности объектов
- Подбор и поставка оборудования для создания комплексных систем безопасности, систем умный дом, интеллектуальное здание
- Проектирование монтаж, шефмонтаж, генподрядные услуги
- Сервисное обслуживание
- Проведение семинаров и практикумов в области систем безопасности и комфорта
- Аудит систем безопасности и комфорта
- *Аренда конференц-систем и звукового оборудования*

РЕШЕНИЕ «ПОД КЛЮЧ» ДЛЯ СЛЕДУЮЩИХ ОБЪЕКТОВ:

- Промышленные объекты
- Торговые объекты
- Транспорт
- Банки и другие финансовые учреждения
- Бизнес-центры, офисы, логистические центры, склады
- Жилая недвижимость
- Городская безопасность



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И НАШИ ПРИНЦИПЫ

УСПЕХ КОМПАНИИ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ЕЕ ПЕРСОНАЛОМ!

Для нас важно сосредоточить внимание каждого сотрудника нашей компании на самой сути нашего бренда, потому что каждый из нас — движущая сила наших предложений и услуг.

Основу нашей кадровой политики составляют следующие принципы:

- Поддержание основных ценностей компании
- Демократизм управления
- Знания и потребности персонала
- Создание условий для раскрытия потенциала сотрудников
- Экономическое стимулирование и социальные гарантии для каждого члена команды.

Основная цель кадровой политики — построение системы управления персоналом, при которой компания имела бы стабильный статус «предпочтительного работодателя».

НАШИ ПРИНЦИПЫ:

Мы предоставляем только эффективные и проверенные инновационные решения в области систем безопасности и комфорта для организаций различного масштаба, отраслевой специализации, формы собственности, а также жилой недвижимости, руководствуясь основными принципами:

- Мы ВСЕ «упрощаем»
- При решении сложных проблем мы следуем процедурам и фирменным стандартам.
- Мы защищаем интересы клиента и компании

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ БРЭНДА

Мы выделили три главные характеристики нашего бренда, описывающие его значение и то, как мы хотим восприниматься нашими целевыми аудиториями и каждым нашим заказчиком в отдельности, то как мы действуем.

SAKURA - ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ, потому что обеспечивает:

- Заботу о клиентах
- Качество услуг
- Представление во всех регионах Беларуси

ЗАБОТА О КЛИЕНТАХ:

Качественное обслуживание клиентов и забота о них помогает устанавливать устойчивые взаимоотношения, что является ключевыми факторами успеха в отрасли.

Мы надежны - доверие наших заказчиков основа нашего бизнеса.

Мы внимательны - каждый заказчик для нас индивидуален.

Мы дружелюбны - в нами легко и приятно общаться.

Мы удобны - с нами легко связаться, мы всегда рядом.

КАЧЕСТВО УСЛУГ:

SAKURA - это высококачественные услуги и решения в области безопасности и комфорта, основанные на единых принципах и стандартах.

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ВО ВСЕХ РЕГИОНАХ БЕЛАРУСИ:

Мы создаем первую в Беларуси сеть центров продаж и обслуживания в области систем безопасности, которая обеспечит представление нашего эталона услуг. Наша цель - предоставить клиентам возможность пользоваться нашими услугами повсеместно и рассчитывать на нашу поддержку и клиентские сервисы.

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!

ВИЗУАЛЬНЫЕ АТРИБУТЫ БРЭНДА



ИДЕЯ ТОВАРНОГО ЗНАКА - «ГЛАЗ»- ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ НАБЛЮДЕНИЯ



2002 г. Логотип компании, наследован от Sareme Lt

2005 -2006 г. Логотип компании, появление филиалов компании в г. Брест, г.Могилев, замена «синего зрачка» на «земной шарик» (символ географического охвата)

2008 – 2009 г. Брендинг, фирменный знак, добавление текстового элемента «Security Systems & Comfort», определение специализации, добавление восходящей полосы.

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



ВЕРБАЛЬНЫЕ АТРИБУТЫ БРЭНДА

Имя бренда: **SAKURA**, жестко не связано с услугами (существует возможность диверсификации).

Ассоциативный комплекс имени:

«Япония»: качественные продукты, сервис, профессиональный менеджмент...

«Весна»: инновационные продукты/услуги, жизненный цикл товара, обновление...

«Жизнь»: общественная, личная, безопасная, комфортная...

Дополнительная восходящая полоса – символа роста компании.

СЛОГАН: «...с нами безопаснее!»

Эмоциональный аспект:

Современный, дружелюбный, оптимистичный, открытый, теплый, заботливый.

Рациональный аспект:

Подчеркивает базовую потребность клиентов в безопасности и комфорте.

Проактивный формат деятельности.

SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



ОБЗОР РЫНОЧНОЙ СИТУАЦИИ В 2009 г.

Ежегодный рост объема рынка от 15% до 35% в зависимости от сектора (статистика 2004-2008 г.)

В 2008 году объем рынка систем безопасности оценивался в \$100 млн.

Локомотивом роста рынка являются системы видеонаблюдения, системы контроля и управления доступом.

ОСНОВНЫЕ КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА В ОТРАСЛИ :

- Маркетинг, нацеленный на создание позитивного образа компании, брэндинг
- Высокий профессионализм команды сотрудников
- Качественный менеджмент
- Хорошая сбытовая сеть
- Вертикальная интеграция
- Быстрое внедрение новых технологий
- Устойчивые связи с заказчиками

ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА 2009-2010 г.

- Изменения макроэкономической среды (негативное влияние кризисных явлений)
- Изменение структуры потребления (снижение доли государственных предприятий и крупного бизнеса вследствие «насыщения»)
- Рост сегмента SMB и рост доли частного потребления
- Сокращение объемов рынка до уровня 2006-2007 г.
- Перераспределение рынка в сторону системных интеграторов, рост их числа
- Укрупнение инсталляционных компаний, за счет сокращения мелкого бизнеса



МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ В 2009 Г.

- Сохранить свои позиции в сегменте крупных и средних инсталляторов (B2B) за счет повышения потребительской ценности.
- Увеличить объем продаж на 15% в сегменте конечных потребителей (B2B) за счет широкой дифференциации, качественного обслуживания, комплексных решений.
- Выйти в сегмент частных потребителей (B2C), захватить 15% объема продаж сегмента, за счет создания инфраструктуры обслуживания и низких издержек.
- Увеличить узнаваемость и лояльность к бренду за счет качественных товаров и услуг, идентификации предложений компании.
- Расширение торговой сети: собственные филиалы, дилеры, инсталляторы (агенты).



СТРАТЕГИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

ПЛАН МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ:

- Адресное воздействие на целевые группы по направлениям: через референтные группы, имиджевую рекламу, прямую товарную рекламу и стимулирующие акции, мероприятия по формированию и поддержанию лояльности потребителей.
- Комбинацию локальных и национальных СМИ.
- Имиджевая реклама в комплексе с товарной.

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ:

- Наружная навигация (в оптово-розничных центрах продаж).
- Отраслевые СМИ (обзоры, аналитические статьи, модульная реклама, контекстная реклама).
- Еженедельник «Банковский вестник» Ассоциации Белорусских Банков.
- Еженедельник «Ключевой вопрос» издание в области недвижимости.
- Корпоративные издания.
- Форумы проектировщиков Беларуси.
- Журнал «МажорДом»
- Распространение POS-материалов (собственные центры продаж, дилеры, партнеры)
- Аренда демонстрационных стендов и оборудования.
- Проведение и участие в выставках, семинарах и презентациях.
- Спонсорство: КВН, сборная команда г.Вильнюса
- Интернет:
 - Корпоративный портал www.sakurabel.com (by)
 - b2b.by, tut.by, ercom.by, строительно-информационный портал «Ваш дом» и т.д.
 - Инфолиния 185 и пр.



СЕМИНАРЫ, ПРЕЗЕНТАЦИИ, ВЫСТАВКИ

Основная задача нашего информационно-консультационного центра, действующего на базе технического отдела, состоит в регулярном плановом проведении методических мастер – классов, семинаров и тренингов в Минске и регионах РБ для руководителей предприятий, специалистов отрасли безопасности. За период 2009 г. было проведено более 20-ти внутренних практикумов и более 50-ти семинаров и практикумов для проектировщиков, инсталляторов, IT-специалистов. Наш центр сотрудничает с учебными центрами Департамента охраны МВД РБ и Ассоциации Белорусских Банков, совместно проводит обучающие семинары для специалистов Республики.

ПЛАН ВЫСТАВОК И КОНФЕРЕНЦИЙ, ПРОВЕДЕННЫХ В 2009 г.:

- 23-24 апреля 2009 г. Первая Республиканская конференция «Системы безопасности в банках: видеонаблюдение, СКУД, информация и IT-безопасность»
- 14-15 мая 2009 г. Международная специализированная выставка «ГРАЖДАНСКАЯ АВИАЦИЯ». Технологии безопасности.
- 8-10 июля 2009 г. 5-я международная специализированная выставка «СРЕДСТВА СПАСЕНИЯ, ПОЖАРНАЯ И ПРОМЫШЛЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ».
- 16 сентября 2009 г. Белорусско-Литовский Экономический форум в Вильнюсе (SAREME Group)



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!

КОРПОРАТИВНЫЙ ПОРТАЛ



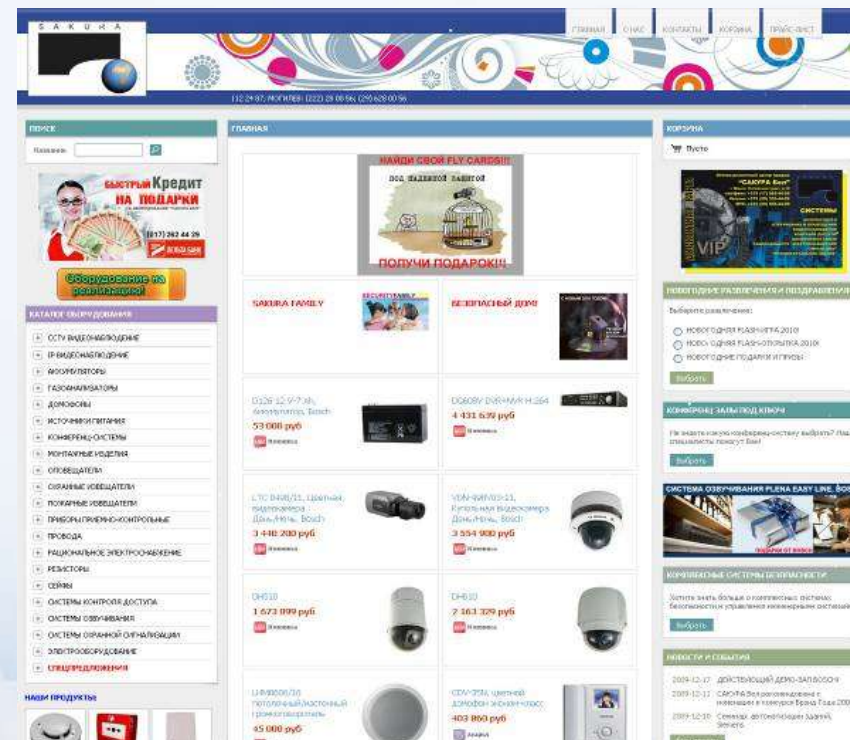
www.sakurabel.com

www.sakurabel.by

Корпоративный портал ориентирован на все сегменты потребителей компании.

На сайте представлены:

- полный каталог продукции с актуальными ценами, новинками, анонсами продуктов
- прейскуранты цен на услуги технической поддержки и сервисного центра
- полный каталог технической информации на оборудование
- действующие спецпредложения, акции, мероприятия, правила участия в них
- система быстрого заказа для любого филиала на территории Республики Беларусь.
- рубрика новостей компании, рынка, партнеров
- календарь семинаров, выставок, презентаций
- опросы, форум



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



ПАРТНЕРСКИЕ ПРОГРАММЫ И ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ

**SAKURA
PARTNER**

Дилерская партнерская программа (создание дилерской сети по РБ)

**SAKURA
BUSINESS**

Партнерская программа для инсталляторов систем безопасности (агентские взаимоотношения, создание совместного бизнеса партнерами)

**SAKURA
COMFORT**

Партнерская программа архитекторов и дизайнеров (агентские взаимоотношения)

**SAKURA
FAMILY**

Дисконтная программа для частных заказчиков



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



СТИМУЛИРУЮЩИЕ АКЦИИ

За период 2009 г. мы провели более 20-ти стимулирующих акций, среди них:

- Зона особого внимания – Vidicon!
- ...моя Крепость (домофонные системы Commax)
- «Легкий» взгляд (Системы видеонаблюдения DynaColor)
- «Экономичный звук» - Bosch!



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



PR/СО-ОРАКЦИИ

«ЗАВЕДИ СЕБЕ УМНЫЙ ДОМ»



КВН. Спонсор сборной Вильнюса



PLENA VOICE ALARM (совместно с Bosch Security Systems) и **Зарегистрированный партнер Bosch**» (акция для партнеров-инсталляторов)



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



FLY CARDS И ДЕМО-ЗАЛЫ



Демо-зал оборудования Bosch



Демо-зал системы умный дом от Inels



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!



ИЗМЕРЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ БРЭНДУ

МЕТОД ОСТАТОЧНОГО ИНДЕКСА «ПРОМОУТЕРА»

Вопрос в нашей анкете: «Насколько вероятно, что Вы порекомендуете воспользоваться нашими услугами своему коллеге, другу, родственнику?»

Шкала: 0-1-2-3-4-5-6-7-8-9-10

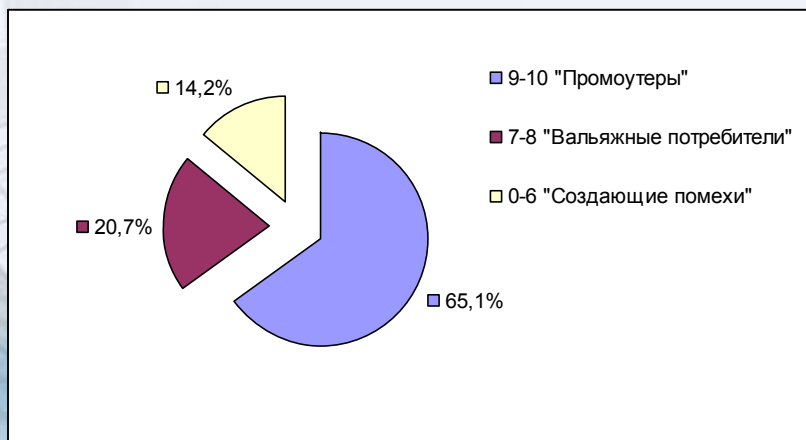
10 - обязательно порекомендую

5 - возможно порекомендую, а возможно и нет

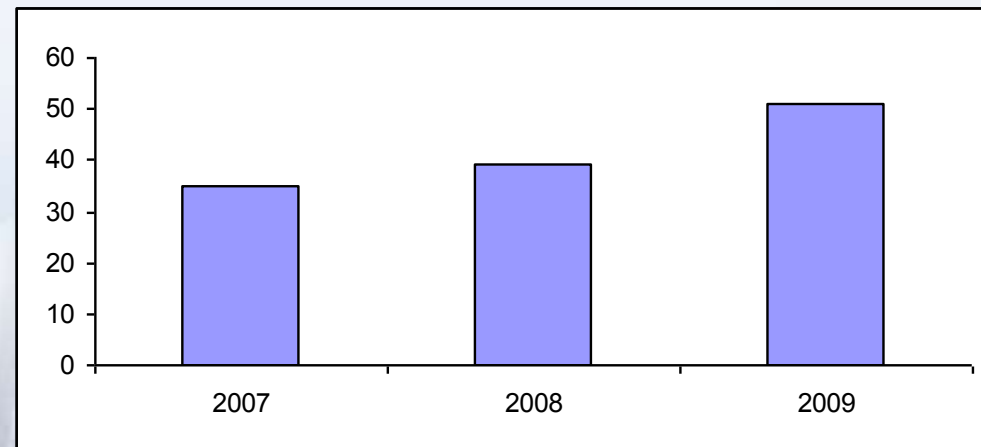
0 - не порекомендую

РЕЗУЛЬТАТЫ:

Остаточный индекс промоутера 2009 г.: 50,9%



Динамика изменения индекса промоутера 2007-2009 г. (%)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



SAKURA – ВАШ ВЫБОР БЕЗОПАСНОСТИ!