

№ 01-5754/11 Дата 26.08.2008

на № _____ от _____

**Генеральному директору
ООО «Маркетинговые и
инвестиционные проекты»
Калибердину А.Г.**

ООО «Маркетинговые и инвестиционные проекты» (далее ООО «МИП») в течение 2006-2008 гг. провело комплекс работ по оптимизации системы маркетинговой деятельности ЗАО «ЛУКОЙЛ-Нефтехим», что позволило значительно повысить эффективность управления, сформировать рыночные подходы к управлению маркетингом, увеличить вклад данного подразделения в общую деятельность предприятия и создать маркетинговый базис для успешного развития Компании.

Работы, проведенные ООО «МИП», носили комплексный характер и затрагивали организационные, методологические и аналитическо-исследовательские аспекты деятельности службы маркетинга, в том числе:

1. Аудит маркетинговой службы ЗАО «ЛУКОЙЛ-Нефтехим».
2. Комплекс работ по маркетинговой поддержке вывода на рынок нового продукта (полипропилен), в ходе которых были реализованы следующие задачи:
 - Определены целевые регионы реализации полипропилена в РФ и за рубежом;
 - Проведено маркетинговое исследование целевых рынков, включающее:
 - Определение объема, динамики и структуры потребления,
 - Выявление целевых отраслей потребления полипропилена,
 - SWOT-анализ конкурентов,
 - Анализ существующего на рынке марочного ассортимента,
 - Оценку факторов формирования лояльности потребителей,
 - Определение потребительских предпочтений по ассортименту продукции и услугам дополнительного сервиса,
 - Определение эффективных каналов продвижения продукции.
 - Разработаны долгосрочная (до 2016 г. включительно) маркетинговая стратегия и годовой план маркетинга Группы ЛУКОЙЛ-Нефтехим, ориентированные на вывод на рынок нового продукта, которые включают в себя следующие разделы:
 - Прогноз потребления и производства полипропилена,
 - Прогноз развития конкуренции на рынках,
 - Прогноз потребления полипропилена в различных сегментах,
 - Прогноз рыночных цен на полипропилен и основные виды сырья,
 - Марочный ассортимент и план продаж Компании,

- Прогноз рыночных цен на полипропилен и основные виды сырья,
- Марочный ассортимент и план продаж Компании,
- Цены на продукцию и система скидок,
- Система распределения, формы взаимодействия с партнерами,
- Календарный план работ по выводу на рынок и отслеживанию жизненного цикла развития продукта.

3. Стандарты маркетинговой деятельности ЗАО «ЛУКОЙЛ-Нефтехим»:

- Стандарт маркетингового исследования. Данный документ является методическим руководством по проведению маркетингового исследования рынка нефтехимической продукции и содержит описание более чем 10 различных исследовательских процедур.
- Стандарт маркетингового планирования. Данный документ является методическим руководством для реализации процессов маркетингового планирования как в краткосрочном периоде (1-2 года), так и на перспективу до 10 лет.

4. Организационная реструктуризация Управления маркетинга ЗАО «ЛУКОЙЛ-Нефтехим».

5. Реинжиниринг бизнес-процессов Управления маркетинга, в том числе:

- Бизнес-процесс «Ценовое и ассортиментное планирование». Процесс регламентирует ежемесячное планирование ассортимента, цен реализации, цен закупки. Позволяет увязать план реализации, план производства, план закупки и повысить прибыльность реализации.
- Бизнес-процессы стратегического маркетинга «Долгосрочное планирование», «Оценка и отбор инвестиционных проектов».
- Бизнес-процесс «Формирование плана маркетинга на год».

В заключительной части проекта было проведено обучение сотрудников Управления маркетинга ЗАО «ЛУКОЙЛ-Нефтехим» применению на практике разработанных стандартов маркетинговой деятельности.

Все указанные выше работы выполнены специалистами ООО «Маркетинговые и инвестиционные проекты» с высоким качеством и приняты за основу оперативного и стратегического управления маркетинговой деятельностью в ЗАО «ЛУКОЙЛ-Нефтехим».

Генеральный директор



А.С. Смирнов