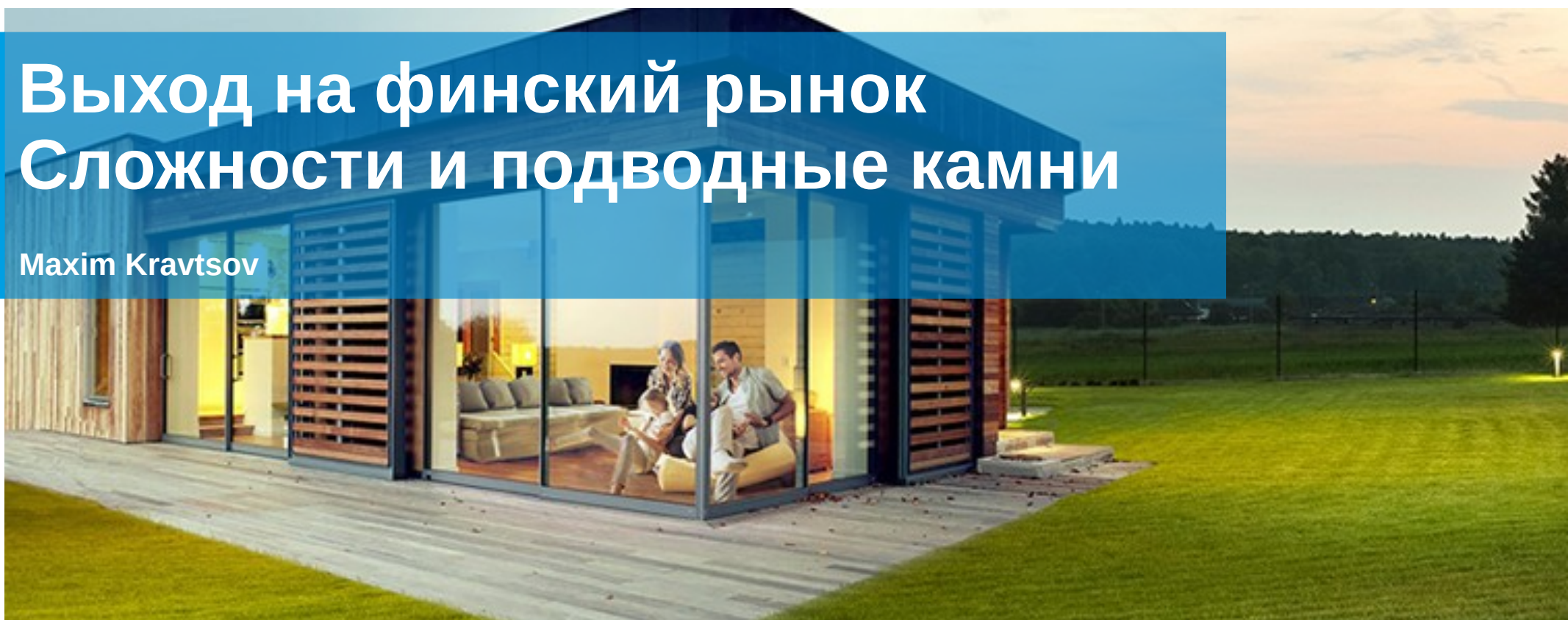


Moscow
13/03/2019

Выход на финский рынок Сложности и подводные камни

Maxim Kravtsov



- История Кнауф Инсулейшн в Финляндии
- Предпосылки выхода на рынок Финляндии
- Сложности и ошибки
- Помощь и поддержка
- Результаты и планы

1 История

- Кнауф Инсулейшн работает на рынке Финляндии с 2010 года
- Для департамента северной Европы это был периферийный и малоинтересный регион
- Доля КИ на рынке Финляндии не превышает 3%
- Один сотрудник без какой-либо поддержки и ресурсов работал в Финляндии все это время
- Большинство продуктов для Финляндии производились в России с 2015 года

2 Предпосылки выхода на рынок Финляндии

- Один из самых больших рынков в мире по потреблению ТИМ на душу населения
- Очень маленькая доля КИ = возможности для роста
- Конкурентные преимущества КИ (отсутствие ФФ смол, удобство для рабочих, сокращение трудозатрат) имеют очень большое значение для рынка
- Близость к производству и выгодные предложения по транспорту
- Высокие цены на продукт с учётом курса Евро

3 Сложности и ошибки

- Консервативный рынок. Очень консервативный□
- Наличие местных серьезных производителей
- Производство в России воспринимается негативно
- Розничный рынок консолидирован и выход на него затруднен
- Большое количество производителей и спец продуктов для многих из них
- Получение Европейских и местных обязательных и желательных сертификатов
- Рынок не очень чувствителен к цене. Не привычная для нас ситуация□
- Недооценка влияния личных связей и контактов на рынке
- Сложности с выбором маркетинговых инструментов

4 Помощь и поддержка ТП РФ в Финляндии

- Мероприятие, которое мы провели на базе ТП РФ, дало очень большой резонанс на рынке и позитивно повлияло на узнаваемость компании
- Организованные ТП РФ встречи на самом высоком уровне в крупнейших компаниях позитивно сказались на продажах
- Помощь в понимании механизма работы рынка, менталитета, исторических связей сэкономить массу ресурсов

5 Результаты и планы

- Продажи в 2018 году выросли на 25% по отношению к 2017. До этого средний рост продаж не превышал 10%
- Бюджет составлен из расчета роста продаж на 40% в 2019 году.
- С учетом опыта 2018 разработана стратегия развития продаж в Финляндии на 2019-2022 годы, которая предполагает значительный рост

Thank you!

care.