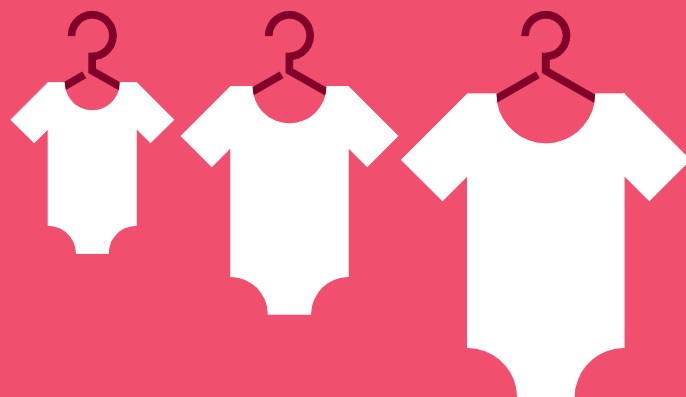


Впровадити ефективну стратегію розвитку? *Ми знаємо як.*

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли українській компанії «Айліс» розробити стратегію розвитку та зробити бізнес більш конкурентоздатним.



European Bank
for Reconstruction and Development

Компанія роздрібної торгівлі, Україна

Ми допомогли українській компанії роздрібної торгівлі «Айліс» розробити стратегію розвитку та зробити бізнес більш конкурентоздатним.

Компанія була заснована в 1999 році і з того часу швидко розвивалась. Вона відкривала магазини, основними покупцями яких були сім'ї, які чекають на дитину або вже мають дітей віком до п'яти років. Згодом компанія відкрила виробництво білизни для вагітних жінок та годуючих мам і налагодила оптову торгівлю. Коли ми розпочали співпрацю, у «Айліс» вже було вісім магазинів і 137 працівників.

Однак темпи зростання й ефективність компанії почали сповільнюватися, в той час як конкуренція на ринку зростала.

Ми допомогли компанії «Айліс» знайти консультантів, які проаналізували її бізнес і запропонували шляхи підвищення конкурентоздатності.

Проект тривав протягом 5,5 місяців і складався з двох етапів. На першому – консультанти проаналізували всі напрямки діяльності компанії, та разом з ключовими менеджерами сформували загальний напрямок розвитку та команду для масштабування і



Компанія «Айліс» трансформувала мережу мультибрендового роздробу у мережу дитячих центрів «3 в 1» під брендом «Мамин Дім».

системного розвитку. На другому етапі розробили корпоративну стратегію на 2013-2017 роки.

Разом з ключовими менеджерами компанії консультанти:

- сформували бачення та цілі бізнесу;
- розробили корпоративну стратегію на 2013-2017 роки;
- розробили бізнес-стратегію головного бізнес-напряму;
- сформували модель бізнесу;
- визначили зрозумілі та раціональні принципи розвитку організаційної культури/ведення кадрової політики;
- розробили маркетингові та фінансові плани головних бізнес-направків.

Реалізація проекту допомогла компанії сконцентруватися на головному напрямку бізнесу. Мережа мультибрендового роздробу трансформувалась у мережу дитячих центрів «3 в 1» під брендом «Мамин Дім»: дитяча поліклініка, магазин і центр раннього розвитку. За рік після завершення проекту було відкрито один такий центр. У 2014 р. мережа планує вийти за межі Харкова – у Києві готуються до відкриття два центри.

Крім того, змінилася й організаційна структура компанії. Власник відійшов від операційного управління та передав цю функцію новому генеральному директору. Було також створено нові відділи – IT-відділ, відділ маркетингу, збуту, нині формується відділ рішень. Кількість працівників зросла до 239 осіб.

www.ebrd.com/knowhow

Оборот
+22%

Кількість співробітників
+43%

Загальна вартість проекту
€21,970

Участь клієнта
€11,970

Нові магазини
1

Розробити інтернет-магазин?

Ми знаємо як.

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли компанії «В.М.» створити новий канал продажу і, таким чином, збільшити обсяг продажу товарів і послуг в Україні.



European Bank
for Reconstruction and Development

Виробник витратних матеріалів для офісної техніки, Україна

Ми допомогли українській компанії «В.М.», яка спеціалізується на виробництві та постачанні витратних матеріалів для офісної техніки (тонери, картриджі, чорнила, папір для друку та ін.) розробити веб-портал та інтернет-магазин. Таким чином, за рік компанія збільшила кількість постійних клієнтів на 19%, а обсяг продажу товарів і послуг в Україні – на 11%.

Компанію «В.М.» було створено в 1996 році. Вона виробляє та постачає всі види витратних матеріалів для офісної техніки і надає їй комплексне обслуговування.

Коли ми розпочали співпрацю, компанія вже була успішною. Її дилерська мережа охоплює всі регіони України та близько десяти країн близького зарубіжжя.

Однак компанія не збиралася зупинятися на досягнутому. Вона хотіла збільшити свою частку на українському ринку, тож приділяла велику увагу сервісу та якості продукції.

Але, щоб залучити нових роздрібних покупців, високої якості було замало. Компанії був потрібен новий канал продажу. Для цього і вирішили

скористатися сучасними можливостями інтернет-технологій.

Ми допомогли компанії «В.М.» знайти консультанта, який створив сучасний та простий у використанні сайт компанії та інтернет-магазин <http://patronservice.ua/>.

Завдяки цьому стало можливим реалізувати комерційну, консультативну та інформативну цілі.

- Комерційна – збільшити обсяг продажу товарів і послуг компанії в Україні, збільшити кількість постійних клієнтів-роздрібних покупців.
- Консультативна – допомогти у виборі необхідних витратних матеріалів і послуг із заправки та відновлення картриджів.
- Інформативна – надати користувачам актуальну інформацію про товари та послуги компанії й отримати від них зворотний зв'язок.

Тепер потенційний клієнт може знайти на сайті асортимент продукції для друку, поспілкуватися з представником компанії стосовно продукції та придбати її в онлайн-режимі. Сайт також інтегрований з соціальними медіа: Twitter, Facebook, VK.

В результаті компанія отримала новий канал продажу, який дозволяє продавати товари та послуги в Україні.

Через рік після завершення проекту кількість роздрібних покупців збільшилась на 19%, а продаж зріс на 11%.

Окрім цього, асортимент товарів збільшився на 36% за рахунок того, що клієнти мають можливість купувати всі товари в одному місці.



Інтернет-магазин допоміг компанії «В.М.» збільшити обсяг продажу товарів і послуг.

www.ebrd.com/knowhow

Зростання продажу

+11%

Клієнти

+19%

Загальна вартість проекту

€11,262

Участь клієнта

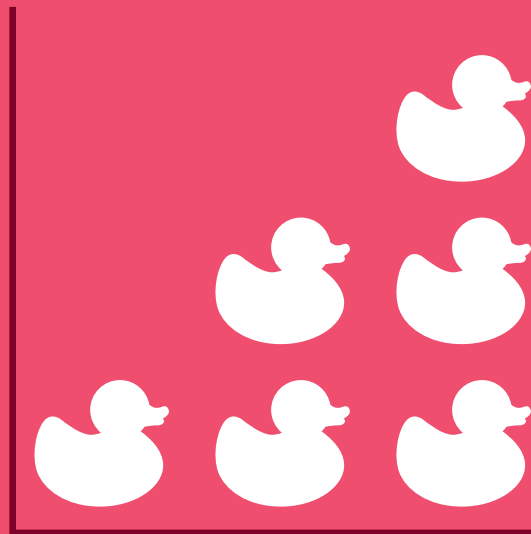
€6,570

Асортимент товарів

+36%

Забезпечити розумне зростання? *Дізнайтесь як.*

Завдяки фінансуванню, яке забезпечив Спеціальний фонд акціонерів ЄБРР, ми допомогли Toy-Toy Ukraine, українському дистриб'ютору іграшок, впровадити систему управління інформацією для керування розвитком компанії.



European Bank
for Reconstruction and Development

Дистриб'ютор іграшок, Україна

Ми допомогли Toy-Toy Ukraine, дистриб'ютору іграшок у Харкові, повністю трансформувати систему управління інформацією компанії. За допомогою консультанта з інформаційно-комунікаційних технологій. Компанія Toy-Toy Ukraine отримала нове життя, подвоїв кількість торгових марок, з якими співпрацює, та збільшила свій дохід на 25%.

Toy-Toy Ukraine вже понад десять років веде активну діяльність на цьому ринку та співпрацює з низкою найбільших торгових марок - виробників іграшок з Європи, Азії та Північної Америки. Коли ми почали працювати з цією компанією, кількість персоналу становила 20 осіб.

Компанія динамічно розвивалась, проте розвиток супроводжувався певними труднощами. У Toy-Toy Ukraine одночасно використовували кілька різних інформаційних систем, а це періодично призводило до невідповідності даних.



Компанія Toy-Toy Ukraine потребувала більш ефективної системи управління інформацією для того, щоб її бізнес продовжував подальше зростання.

Окрім того, багато операцій виконувалось вручну, а це забирало чимало часу. Також у компанії не було дієвої системи відстеження та аналізу ефективності роботи менеджерів з продажу, а тому рівень мотивації персоналу був достатньо низьким.

Ми допомогли Toy-Toy Ukraine знайти консультанта, який проаналізував роботу компанії та порекомендував найкращий спосіб модернізації системи управління інформацією з урахуванням потреб підприємства.

Консультант:

- модернізував та уніфікував операційну та облікову системи компанії;
- розробив нові, цілком автоматизовані облікові програмні модулі для ціноутворення, контролю надходжень та керування відносинами з клієнтами;
- розробив і створив універсальну процедуру керування звітністю;
- навчив персонал Toy-Toy Ukraine користуватись новою системою.

Після встановлення нової системи компанія змогла управляти новими можливостями та задачами. Незважаючи на труднощі, що виникають у галузі іграшок через зниження попиту внаслідок економічної кризи, компанії Toy-Toy Ukraine вдалося успішно здійснити диверсифікацію, подвоїти кількість брендів, з якими вона працює, та довести їх кількість до 20. Крім того, компанія продовжує розвиватися: вже за рік після завершення проекту дохід зріс на 25%, база клієнтів – на 55%, при цьому чисельність персоналу залишилась незмінною.

www.ebrd.com/knowhow

Дохід

+25%

База клієнтів

+55%

Кількість торгових марок

+100%

Загальна вартість проекту

€15,125

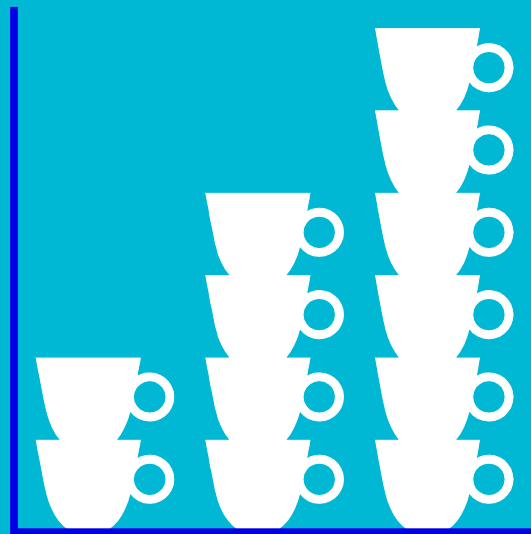
Участь клієнта

40%

Case UKR-ukr-Oct14

Зробити харчові продукти безпечнішими? *Ми знаємо як.*

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли українській компанії «Небесна криниця», яка спеціалізується на виробництві та продажі питної бутильованої води, впровадити систему менеджменту безпеки харчових продуктів та збільшити дохід на 30% за рік.



European Bank
for Reconstruction and Development

Виробник питної бутильованої води, Україна

Ми допомогли українській компанії «Небесна криниця», яка спеціалізується на виробництві та продажі питної бутильованої води, впровадити систему менеджменту безпеки харчових продуктів, оптимізувати бізнес-процеси та збільшити дохід на 30%.

«Небесна криниця» веде активну діяльність на ринку з 2001 року та переживає період динамічного розвитку. Коли ми почали з нею працювати, компанія запустила нове виробництво потужністю 100 м3 на день, значно розширила мережу збуту та збільшила кількість персоналу в два рази – до 59 осіб.

До 2015 року компанія має на меті стати лідером з виробництва й доставки питної бутильованої води в Україні. Усвідомлюючи необхідність впровадження безпеки і підвищення якості продукції та ефективності бізнес-процесів, власники вирішили покращити систему менеджменту якості (ISO 9001) та інтегрувати її з вимогами HACCP.

Компанія впроваджувала діючу систему власними силами, однак тепер керівництво розуміє: для того, щоб вивести систему на вищий, більш

якісний, рівень розвитку, її мають переглянути та покращити кваліфіковані спеціалісти.

Ми допомогли компанії «Небесна криниця» залучити консультанта, який розробив і впровадив систему менеджменту якості та безпеки харчових продуктів на основі стандарту ISO 22000 та інтегрував її з діючою системою менеджменту якості.

Консультант:

- розробив системоутворюючі документи для інтегрованої системи;
- покращив ефективність виробництва підприємства шляхом оптимізації та формалізації процесів виробництва та розробки планів HACCP;
- навчив персонал працювати в інтегрованій системі;
- підготував внутрішніх аудиторів для підтримки життєдіяльності системи.

Завдяки кращій системі менеджменту якості компанія збільшила продажі, зменшила витрати та мінімізувала ризики. Впровадження вимог HACCP та покращена система менеджменту якості допомогли підвищити ефективність виробництва, розширити ринок збуту, а також краще управляти відповідними ризиками.

Вже через рік після завершення проекту дохід компанії збільшився на 30%, кількість клієнтів - на 22%, а чисельність персоналу зросла з 59 до 91. Окрім того, персонал став більш компетентним, мотивованим і орієнтованим на результат.



Впровадження вимог HACCP допомогло компанії «Небесна криниця» покращити безпеку продукції, імідж, а відтак – збільшити продаж.

www.ebrd.com/knowhow

Дохід
+30%

Клієнти
+22%

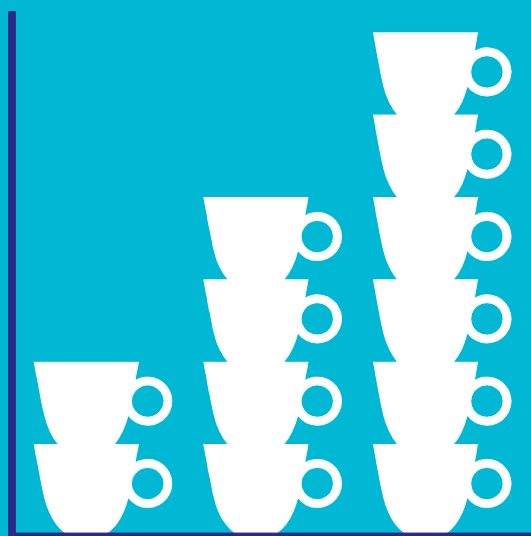
Кількість співробітників
+35%

Загальна вартість проекту
€9,500

Участь клієнта
€4,275

Оптимізувати бізнес-процеси? *Дізнайтесь як.*

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли українській компанії-виробнику чаю та кави «Мономах» розробити нову стратегію розвитку, оптимізувати бізнес-процеси та привести фінансову звітність відповідно до міжнародних стандартів.



European Bank
for Reconstruction and Development

Виробник чаю та кави, Україна

Ми допомогли українській компанії "Мономах", яка спеціалізується на виробництві чаю та кави, розробити нову стратегію розвитку, оптимізувати організаційну структуру та привести фінансову звітність відповідно до міжнародних стандартів. Вже через рік кількість працівників зросла вдвічі, а дохід компанії – на 258%.

Компанія «Мономах» була заснована у 1991 році. Спочатку вона імпортувала фасований чай, а згодом переорієнтувалась на імпорт нефасованої сировини з подальшим виробництвом чаю та кави під власними марками «Мономах», «Князь», «Три слони», «Фрутс» та ін. З 2008 року компанія почала активно розвивати нову для себе нішу – виробництво чаю та кави під торговельними марками клієнтів (PrivateLabel) – переважно роздрібних торговельних мереж, таких як METRO, BILLA, FOZZY, Велика Кишеня та ін. Сьогодні «Мономах» є лідером у цьому сегменті.



Оптимізація бізнес-процесів, а також впровадження стратегії розвитку та бізнес-плану дозволили компанії приймати більш чіткі, націлені на результат рішення.

Ми допомогли компанії знайти українського консультанта та компенсували частину вартості його послуг. Консультант провів діагностичний аналіз підприємства, оцінив ринкову вартість компанії, реконструював управлінський облік та фінансові звіти, розробив середньострокову фінансову модель, стратегію та тактичний план розвитку компанії. Це допомогло оптимізувати бізнес-процеси на підприємстві та посприяло подальшому розвитку компанії.

Також ЄБРР допоміг компанії знайти іноземного консультанта, який розробив бізнес-план на три роки. Компанія має на меті вийти на міжнародні ринки, тож, щоб її продукція відповідала якості європейських замовників, підприємство модернізуватиме HACCP та вже влітку проведе сертифікацію FSSC 22000. Окрім того, консультант рекомендував змінити робочі процедури та оптимізувати планування виробництва. Таким чином, підприємство почало виробляти більше продукції без залучення додаткових ресурсів.

Внаслідок оптимізації бізнес-процесів компанії, впровадження нової стратегії розвитку та бізнес-плану керівництво компанії «Мономах» стало діяти більш цілеспрямовано та приймати рішення, які сприяли подальшому розвитку бізнесу.

Вже через рік кількість працівників зросла вдвічі – до 240 чоловік, їх продуктивність праці підвищилась на 171%, а дохід компанії збільшився на 258%.

www.ebrd.com/knowhow

Дохід
+258%

Кількість персоналу
+50%

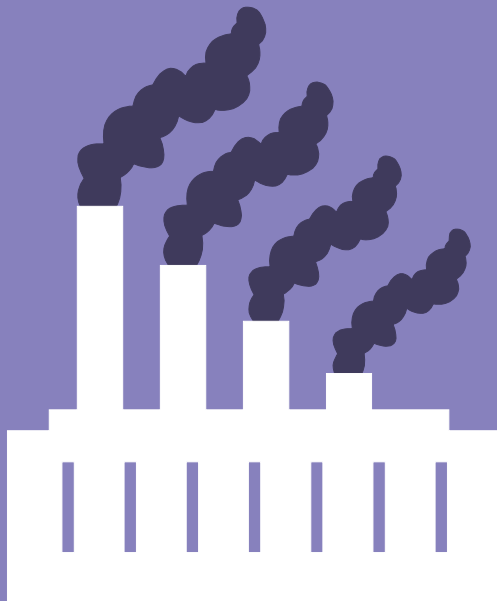
Продуктивність праці
+171%

Загальна вартість проектів
€77 000

Участь клієнта
19,22%

Впровадити енергозберігаючі технології? *Дізнайтесь як.*

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли українському спортивному клубу «Аква-спорт» розробити комплексний проект із застосування енергозберігаючих технологій і зменшити експлуатаційні витрати на енергоносії.



European Bank
for Reconstruction and Development

Спортивний клуб, що надає оздоровчі та розважальні послуги, Україна

Ми допомогли спортивному клубу «Аква-спорт» скоротити витрати на газопостачання за рахунок розробки системи обліку генерації та споживання енергоносіїв для всіх функціональних зон.

Спортивний клуб «Аква-спорт» створений у 2000 році на базі басейну «Хвиля». Оскільки басейн було споруджено у 1976 році, компанія провела його реконструкцію, в результаті якої було створено аквапарк, салон краси, кафе, фітнес-зал та футбольні поля.

У зв'язку зі стрімким ростом цін на енергоносії та підвищенням попиту на оздоровчі та розважальні послуги, підтримка систем клімату аквапарку стала надзвичайно енерговитратною. Так, лише комунальні витрати становили близько 30% від обороту. Компанія розуміла, для того, щоб зменшити енерговитрати, необхідно впровадити енергоефективні технології.

Ми допомогли компанії «Аква-спорт» знайти консультанта, який розробив проектну документацію із застосування енергозберігаючих технологій для того, щоб обладнання, яке забезпечує роботу підприємства, працювало в оптимальних



Реалізація комплексного проекту із застосування енергозберігаючих технологій дозволить зменшити витрати компанії «Аква-спорт» на енергоносії на 50%.

режимах. Також ЄБРР частково компенсував вартість послуг консультанта.

Консультант:

- провів аналіз теплоенергетичного стану компанії;
- розробив робочу документацію проекту теплоутилізації зі стічних вод для потреб гарячого водопостачання;
- розробив проекти реконструкцій систем централізованої вентиляції з рекуперацією тепла, централізованого кондиціонування та системи опалення для всього об'єкту;
- оцінив можливість застосування альтернативних джерел генерації теплової та холодної енергії тепловими повітряними насосами;
- розробив систему обліку генерації та споживання енергоносіїв для всіх функціональних зон.

На основі розробленої документації вже в перший рік компанія впровадила два з п'яти підпроектів: встановила та запустила в експлуатацію системи вентиляції та впровадила проект теплоутилізації зі стічних вод, завдяки чому витрати на газопостачання скоротились на 12%. Наступним кроком «Аква-спорт» планує побудувати другу чергу системи вентиляції з теплоутилізацією, що дозволить зекономити близько 70% споживання газу. Повністю впровадити проект, створити систему сонячного вироблення тепла та систему інфрачервоного обігріву в басейні керівництво планує до кінця 2016 року.

Завдяки поступовій реалізації комплексного проекту, компанії вже вдалося досягнути суттєвої економії за рахунок зниження комунальних витрат. Окрім того, за рахунок покращення якості умов перебування клієнтів в аквапарку, їх кількість зросла на 50%, а дохід компанії збільшився на 25%.

www.ebrd.com/knowhow

Дохід

+25%

База клієнтів

+50%

Зменшення енерговитрат

+12%

Загальна вартість проекту

€20 010

Участь клієнта

50,02%

Розробити новий бренд? *Дізнайтесь як.*

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли українському виробнику продуктів харчування «Чигринов» збільшити дохід за рахунок розробки та виводу на ринок нового бренду.



European Bank
for Reconstruction and Development

Виробник продуктів харчування, Україна

Ми допомогли українському виробнику продуктів харчування «Чигринов» розробити бренд для нових продуктів та збільшити дохід в 1,7 рази.

Компанія «Чигринов» була створена у жовтні 2005 року на базі реконструйованого молочного заводу. В січні 2006 року було введено першу лінію виробництва плодово-ягідних десертів.

Зараз компанія є єдиним національним виробником порціонного желе. Вона добре дбає про якість продукції – реалізація сучасних принципів організації виробництва відповідає вимогам міжнародного стандарту ISO серії 9001. Основна продукція – сік-желе та желе з фруктами – добре представлена у торговельних мережах та користується попитом серед постійних покупців.

Щоб збільшити прибуток, компанія вирішила розробити та вивести на ринок десертів нові продукти. Коли ми почали працювати з компанією, вона вже готувала до випуску два види десертів – шоколадні десерти з



Після завершення консультаційного проекту компанія «Чигринов» розпочала виробництво нових десертів під ТМ "Creamoire".

начинкою всередині, які можна споживати у гарячому і холодному вигляді, та десерт панна-котта. Аналогів таких шоколадних десертів немає на ринку України, а аналоги панна-котта представлені лише в HoReCa.

Компанія розуміла, щоб успішно реалізувати нову продукцію, треба розробити сильний бренд, визначити цільову аудиторію, канали комунікацій, сформулювати основні повідомлення і т.д. Самостійно цього зробити компанія не могла.

Ми допомогли компанії «Чигринов» знайти консалтингове агентство та частково компенсували вартість послуг із розробки бренду для нових продуктів.

Консультанти розробили:

- стратегію бренду;
- назву для нового бренду;
- дизайн логотипу;
- BrandBook;
- провели дослідження споживачів.

Після завершення консультаційного проекту було розпочато виробництво нових десертів під ТМ "Creamoire". Продукція сподобалась покупцям, і згодом компанія значно розширила асортимент десертів. Нова продукція також відкрила нові ринки. Через рік експорт становив 3% від річного обороту.

В цілому об'єм продажу компанії збільшився в два рази, річний дохід – в 1,7 рази. Завдяки розширенню виробництва компанія також збільшила кількість співробітників із 77 до 95.

www.ebrd.com/knowhow

Дохід

+1,7 рази

Експорт

+3%

Кількість співробітників

+19%

Загальна вартість проекту

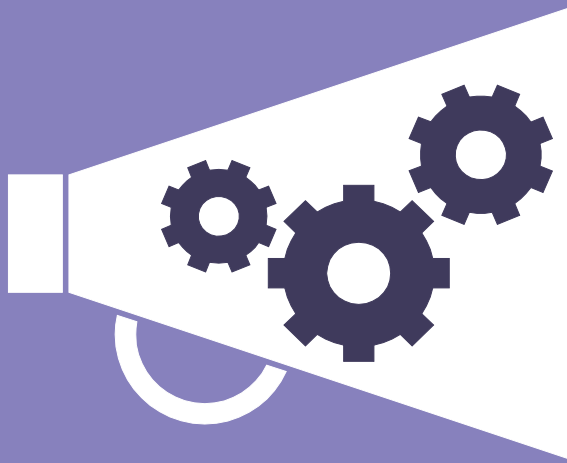
€20 080

Участь клієнта

50,2%

Розробити ефективний інтернет-сайт? *Дізнайтесь як.*

Завдяки фінансуванню Європейського Союзу ми допомогли українській компанії «Галант Пол Електра» (Galantpol) розробити чотири сайти і таким чином підвищити впізнаваність на ринку та збільшити обсяг продажів.



European Bank
for Reconstruction and Development

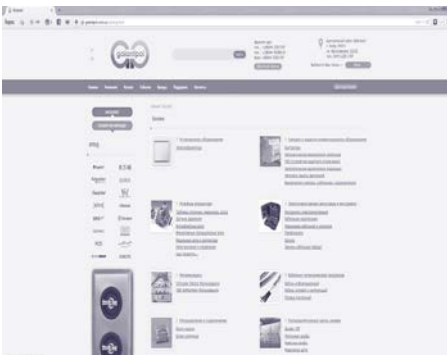
Компанія-дистрибутор електротехнічної продукції, Україна

Ми допомогли українській компанії «Галант Пол Електра» (Galantpol), що спеціалізується на дистрибуції електротехнічної продукції, розробити корпоративний сайт і три промо-сайти сателіти. Це дозволило підвищити впізнаваність компанії на ринку та збільшити її дохід в декілька разів.

Galantpol веде активну діяльність на ринку електротехнічної продукції з 1993 року. Він є одним із провідних дистрибуторів відомих європейських виробників електротехнічної продукції.

Коли ми почали співпрацю, компанія планувала розширити регіональне покриття ринку, розвинути та зміцнити продажі для промислового сектору, посилити напрямок продажів дизайнерської продукції. Керівництво розуміло, що для цього, перш за все, необхідно підвищити впізнаваність компанії на ринку.

Galantpol довгий час був єдиним офіційним представником компанії-виробника Legrand та мав схожий за кольором логотип. Навіть після ребрендингу компанії-дистрибутора, стійка асоціація з брендом Legrand заважала його впізнаваності.



Завдяки корпоративному і трьом промо-сайтам та їх просуванню в Інтернеті, ТОВ «Галант Пол Електра» стала більш впізнаваною.

Ми допомогли Galantpol знайти консультанта, який створив новий корпоративний сайт із презентабельним дизайном та зручним інтерфейсом. Завдяки цьому компанія отримала можливість ознайомити потенційних клієнтів із новим корпоративним стилем, підвищити впізнаваність та оптимізувати роботу з покупцями.

Одночасно з основним сайтом було створено ще три промо-сайти, які виконували різні стратегічні завдання та були орієнтовані на різні категорії покупців.

Консультант розробив:

- корпоративний сайт;
- CRM-функціонал;
- промо-сайт дизайнерської електрофурнітури для архітекторів та дизайнерів;
- промо-сайт релевної апаратури для промислового сектору;
- промо-сайт сухих трансформаторів компанії «BEZ TRANSFORMATORY, a.s.», ексклюзивним представником в Україні якої є Galantpol.

Завдяки наявності корпоративного і трьох промо-сайтів та їх просуванню в Інтернеті, компанія стала більш впізнаваною. За рік обсяг продажів виріс на 25%.

Створення окремих промо-сайтів дозволило розвинути та зміцнити напрямки продажів, популяризувати бренди Finder, Fontini та BEZTRANSFORMATORY в Україні, на 17% розширити клієнтську базу та збільшити частку ринку. В результаті – чистий прибуток компанії виріс на 350%.

www.ebrd.com/knowhow

Чистий прибуток
+350%

Обсяг продажів
+25%

Нові клієнти
+17%

Загальна вартість проекту
€20 943

Участь клієнта
52,25%