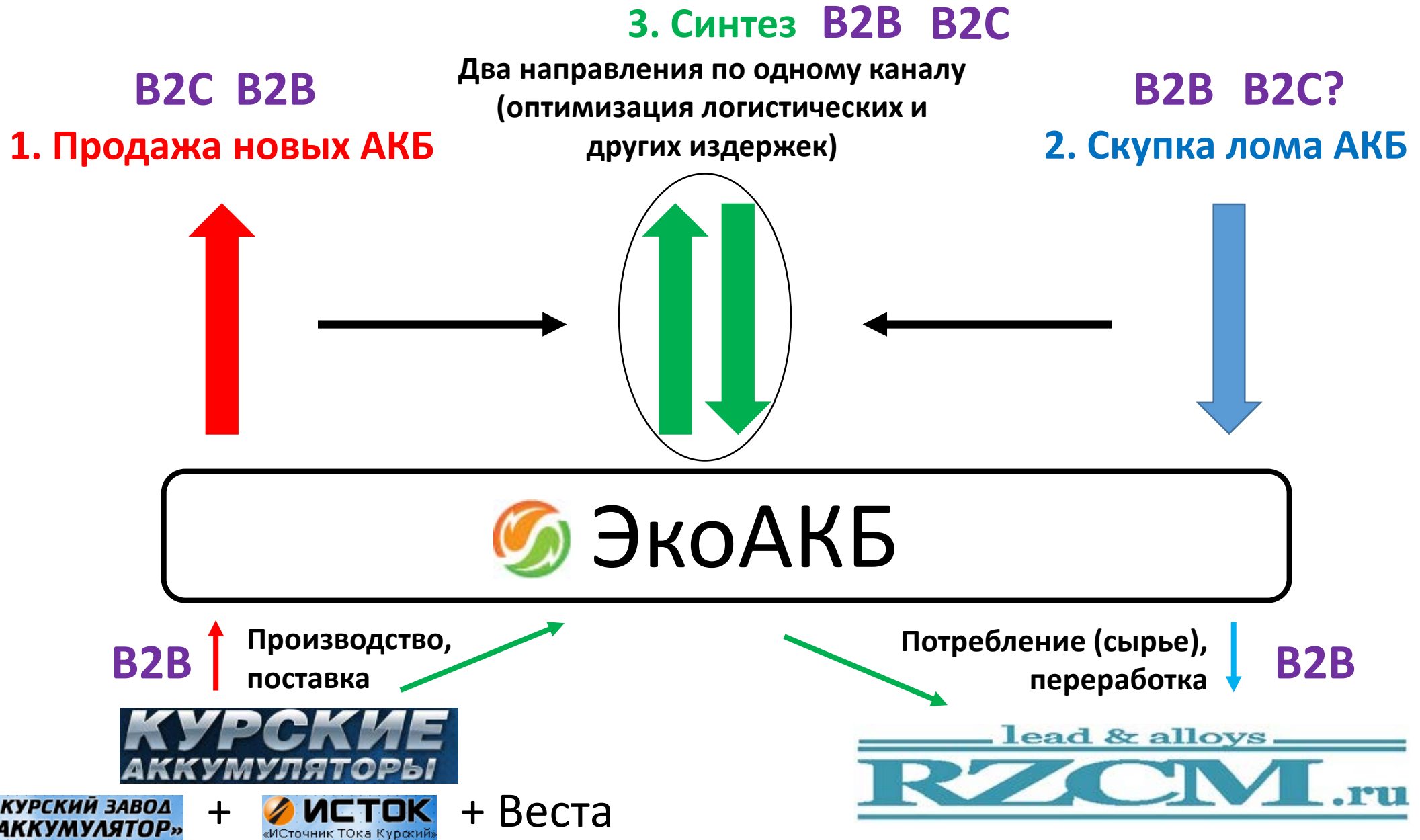


Бизнес-направления (АКБ)



Бизнес-направления (АКБ)

На этапе становления компании
основное направление -

ПРОДАЖИ

1. На стартапе компания должна позиционировать себя как способная предложить конкретный, интересный и полезный продукт.
Это:
 - а) Вызывает наибольший интерес к компании.
 - б) Послужит основой и локомотивом раскрутки бренда - формирования имиджа, известности и клиентской аудитории.
2. Затем подтягивать и формировать остальной бизнес – скупка лома АКБ по каналам продаж.

Необходимая информация

Продукция

1. Продукция в целом: типы АКБ, технико-эксплуатационные характеристики и проч.

- **Типы:** Pb-acid (As, Ca, жидк. электролит, AGM, GEL, обслуживаемые, необслуживаемые и т.д.), Li-Ion, Ni-Cd, Fe-Ni, стартерные, нестартерные и т.д.
- **Спецификации:** номинальное напряжение, емкость, резервная емкость, нагрузочный тест, ток холодного пуска, полярность и т.д.
- **Потребительские свойства:** наиболее и наименее популярные (по тех. характеристикам) АКБ на вторичном рынке, отзывы, проблемы и проч.
- **Предложение:** отечественные и зарубежные производители (бренды, марки, типы АКБ), перепродавцы, позиционирование продукции.
- **Спрос:** наиболее и наименее популярные АКБ по технико-эксплуатационным характеристикам (авто, погода), производителям, брендам, маркам и проч.

В 2013 г. доля свинцовых стартерных аккумуляторов на рынке РФ – 99,1%. Основное внимание на них.

2. Продукция ЭкоАКБ

- **Типы, спецификации и проч.** На сайте 16 наименований (14 эконом, 2 стандарт)
- **Преимущества и недостатки** по сравнению с аналогами конкурентов
- **Определить нишу компании**

Необходимая информация

РЫНОК

1. Предложение (конкуренция)

- **Российские производители:** компании (заводы), бренды, типы, виды АКБ, позиционирование, качество, цены, объемы и т.д.
- **Зарубежные производители на рынке РФ:** то же самое.
- **Перепродавцы:** то же самое.
- **Внутренние продажи, импорт, экспорт:** страны, производители, перепродавцы, бренды, марки, виды АКБ, объемы и т.д.
- **Динамика (производство, продажи):** за последние 2–3 года (2014!), тренды 2015 г.

2. Спрос

- **Продукция (что покупают):** технико-эксплуатационные характеристики и спецификации, качество, цена, и т.д.
- **Производители и перепродавцы (у кого покупают):** отечественные, зарубежные, бренды, марки, ритейлеры и т.д.
- **Покупатели (кто покупает):** OEM (первичн. рынок), компании-посредники, потребители (регионы, возраст, пол, авто и т.д.).
- **Динамика:** за последние 2–3 года (2014!), тренды 2015 г.

3. Ниша компании на рынке сегодня

- **Продукция и сервис:** (спецификации, цены, авто и т.д.), **потенциальный потребитель** (возраст, пол, авто и т.д.), **объемы продаж, регионы, позиционирование** (в сравнении с конкурентами) и т.д.

Цель: определить желаемую нишу компанию, спрогнозировать развитие (стратегию), определить необходимые маркетинговые мероприятия (производство не рассматривается здесь), ресурсы, затраты, время и т.д.

Необходимая информация

Источники, ресурсы

1. Имеющаяся в компании информация
2. Интернет (самостоятельно)
3. Аналитические обзоры
4. Бизнес-тусовки: выставки, конференции, workshops и проч. (позже)
5. Компьютер + ГОЛОВА

Необходимая информация

Аналитические обзоры



Рынок автомобильных аккумуляторных батарей в России. Итоги 2013 года, тенденции и перспективы

дата выхода: 14.04.14

Формат: PDF, 58 стр.

Цена: **39 900 руб.**

[Демо-версия](#)

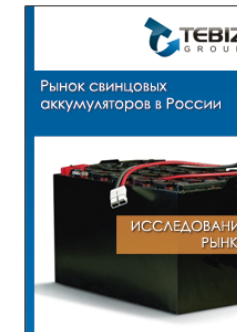
Обзор за 2014 г. выйдет в апреле 2015.

[заказать](#)

[Добавить в корзину](#)

Рынок свинцовых аккумуляторов в России 2010-2020 гг. Показатели и прогнозы

Готовый отчет: анализ, исследование и обзор рынка свинцовых аккумуляторов



АВТОР: TEBIZ GROUP

ДАТА ВЫПУСКА: 7 октября 2014 года

ОБЪЕМ: 82 стр.

- графиков: 17

- диаграмм: 32

- таблиц: 34

ФОРМА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ:

- электронный вид: PDF, WORD

ДОСТАВКА И ОПЛАТА:

- безналичная оплата по счету для юр. и физ.лиц

- доставка на электронную почту в течение 1 рабочего дня после оплаты

43 900 руб. >>>

фиксированная цена

[Купить](#) ✓

Маркетинговое исследование. Рынок аккумуляторов. Ноябрь 2014

[ВЕРНУТЬСЯ К СПИСКУ ГОТОВЫХ ОТЧЕТОВ](#)

[Магазин](#) / [Машиностроение](#) / [Автомобилестроение и комплектующие](#)

19 ноября • 2014

Формат предоставления: по электронной почте в формате PDF

49 900 руб.

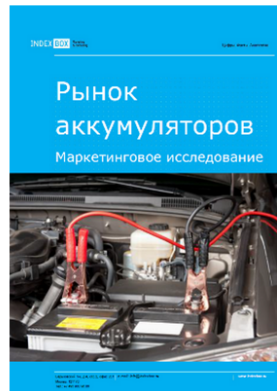


[БЕСПЛАТНО скачать демо-версию отчета](#)

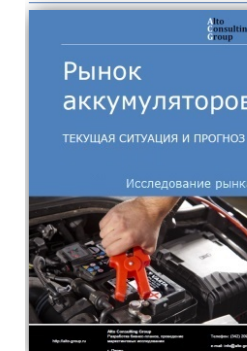
[КУПИТЬ](#)

Отчет содержит 154 страницы, 45 таблиц,

48 рисунков



Рынок аккумуляторов. Текущая ситуация и прогноз 2014-2018 гг.



АВТОР: ALTO CONSULTING GROUP

Дата выхода: ноябрь 2014 г.

Количество страниц: 259 стр. (72 графика, 28 диаграмм и 105 таблиц)

Заказ по телефону: +7 (342) 209-38-59

Способ предоставления: В электронном виде – PDF

ОПЛАТА И ДОСТАВКА:

- безналичная оплата по счету для юр.лиц и физ.лиц

- доставка на электронную почту в течение 3 рабочих дней после оплаты

Стоимость:

29 900 руб. >>>

[Купить отчет!](#)

[Купить отчет за 1 клик!](#)

Или заказать по телефону/почте:
+7 (342) 209-38-59 / info@alto-group.ru

Есть и другие

Может что-то имеется в компании или у производителя (поставщика)? Последний должен предоставить.

Если нигде нет в наличии – **купить**.

Некоторая информация (по рынку в РФ в целом)

1. Рынок АКБ в РФ (данные АВТОСТАТ, 2013 г.)



- **Общая емкость рынка:** ~12,59 млн. ед.
- **Первичный рынок (ОЕМ):** ~2,24 млн. ед. (~17,8%)
- **Вторичный рынок:** ~10,35 млн. ед. (~82,2%)
- **Отечественные АКБ:** ~4,43 млн. ед. (~43%)
- **Импортные АКБ:** ~5,91 млн. ед. (~57%)

2. Курские АКБ (разные источники)

- **Непростая ситуация:** в 2013 г. КЗА и ИСТОК признаны банкротами, но (вроде как) продолжают (даже развивают) производство. МНПК «ВЕСТА» (Днепропетровск, Украина) – головная компания, инвестор (поднял производство в 2011 г., 60% акций). [Текущая ситуация, перспективы - ???](#)
- **Производство:** 2013–2014 гг. – ~1,2 млн. ед. (1174 тыс. ед. в 2013 г.). Это ~100 тыс. ед. в мес.
- **Торговые марки:** Курский Аккумулятор, ИСТОК (ранее, а сейчас?), ФОРС (FORCE) и др. (посмотреть), включая ЕКОАКВ.ru.

Выводы:

1. Вторичный рынок – основной.
2. Конкуренция на рынке значительная как со стороны отечественных производителей/продавцов АКБ, так и со стороны импорта.
3. Производство поставщиков ЭкоАКБ не лимитирует (достаточная емкость).

См. [накопленный опыт: торговые марки курских АКБ – качество, цены, позиционирование, отзывы, сильные и слабые стороны.](#)

Некоторая информация (внутренние продажи, экспорт)



2012 г.

Производство в РФ:

~6,1 млн. ед.

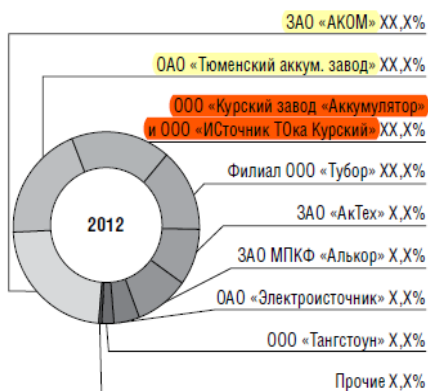
Внутренние продажи:

~5,9 млн. ед. (~96,7%)

Экспорт:

~203,3 тыс. ед. (~3,3%)

Структура производства АКБ в РФ



Экспорт АКБ российскими заводами



Экспорт АКБ по странам



2013 г.

Производство в РФ:

~6 млн. ед.

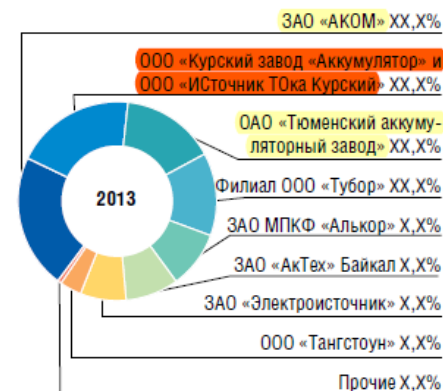
Внутренние продажи:

~5,7 млн. ед. (~95%)

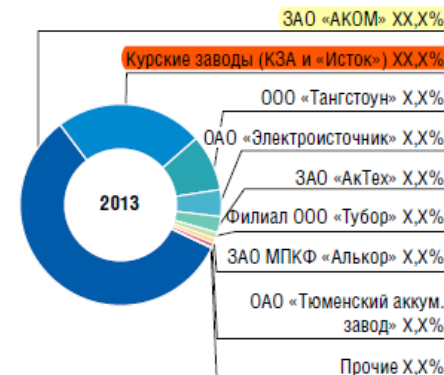
Экспорт:

~313,6 тыс. ед. (~5%)

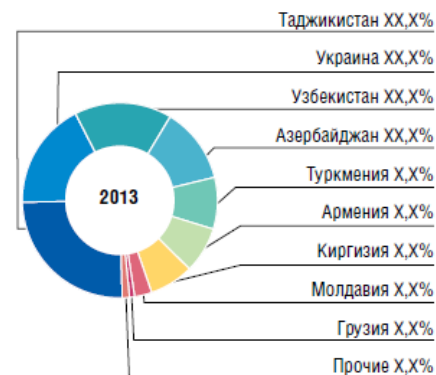
Структура производства АКБ в РФ



Экспорт АКБ российскими заводами



Экспорт АКБ по странам



2014 г.,
начало
2015 г.

У меня
пока
нет
данных

Выводы по экспорту и внутренним продажам:

- 99% экспорта – в СНГ (русскоязычный сектор). Подходят русскоязычные веб-ресурсы (сайт) и документация.
- Не смотря на рост экспорта (ожидается еще больший в 2014–2015 гг.), внутренние продажи составляют львиную долю (>90%). Экспорт возможен, но **внутренний рынок – основной. Надо ориентироваться на него (на вторичный).**

Некоторая информация (спрос по Yandex.Wordstat)

Общий спрос на АКБ (МСК, МО)

Выраженная сезонность:

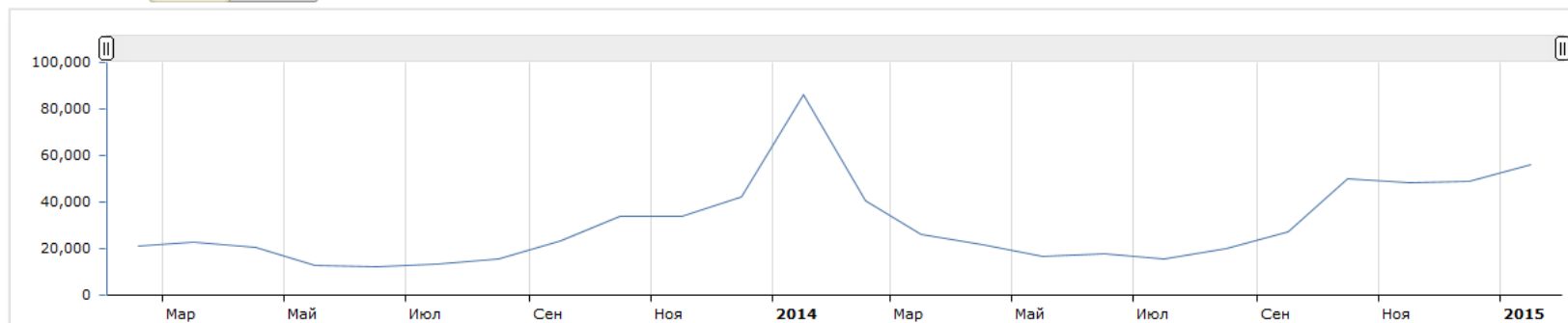
Максимум – зимой (январь – пик)

Минимум – летом (июнь–август)

Разница – ~70–75%

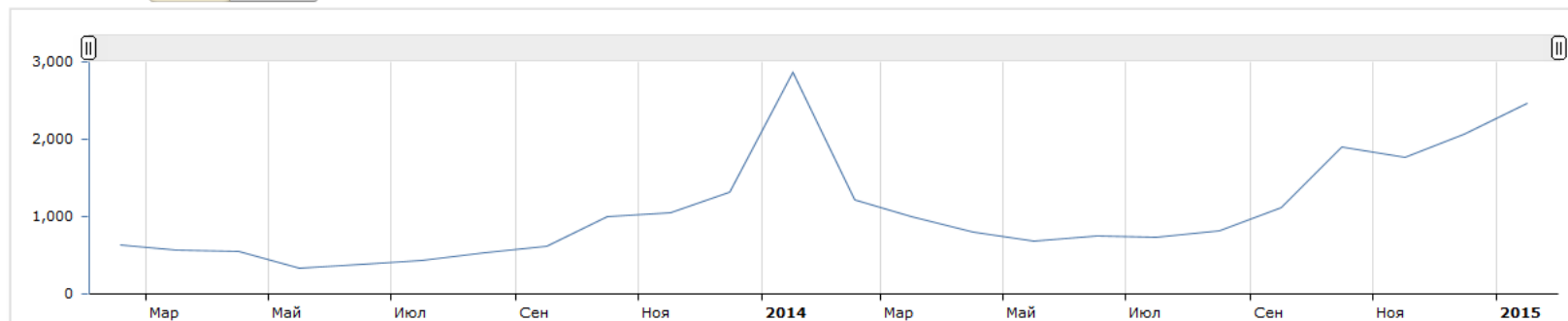
История показов по фразе «!автомобильные !аккумуляторы!»

Группировать по: месяц неделя



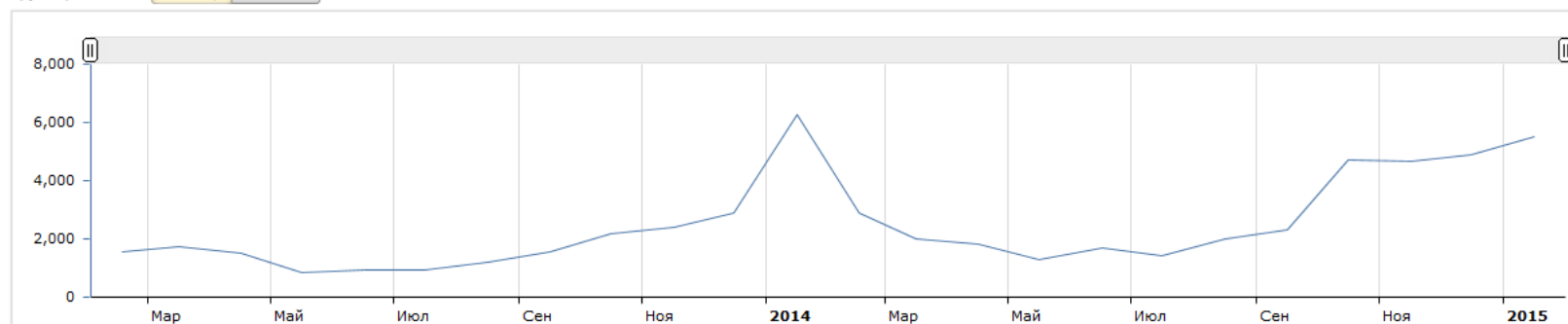
История показов по фразе «!автомобильные !аккумуляторы !цена»

Группировать по: месяц неделя



История показов по фразе «!аккумулятор !автомобильный !купить»

Группировать по: месяц неделя



Некоторая информация (спрос по Yandex.Wordstat)

Спрос на импортные АКБ (МСК, МО)

Выраженная сезонность:

Максимум – зимой (январь – пик)

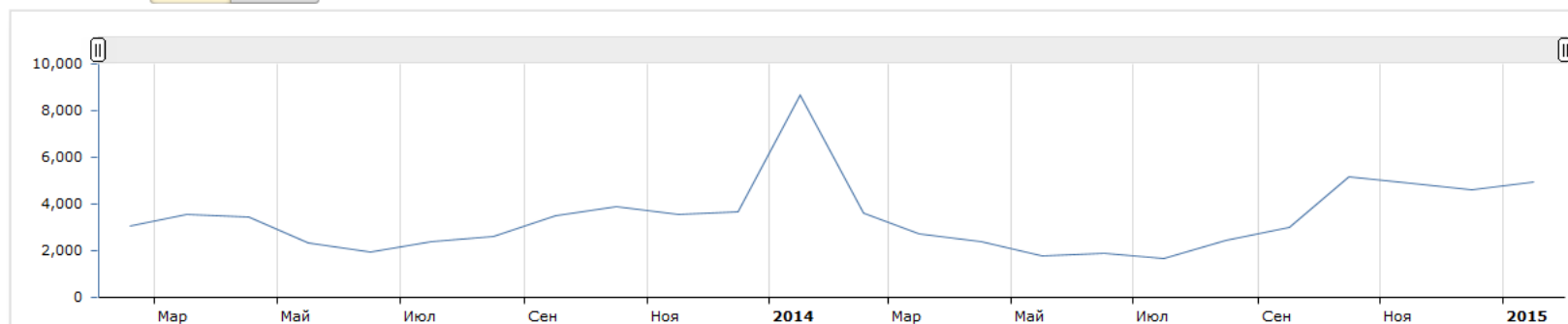
Минимум – летом (июнь–август)

Но:

В начале 2015 г. (январе – ожидаемый максимум) наблюдается спад спроса (на ~50%) по отношению к аналогичному периоду (январю) 2014 г.

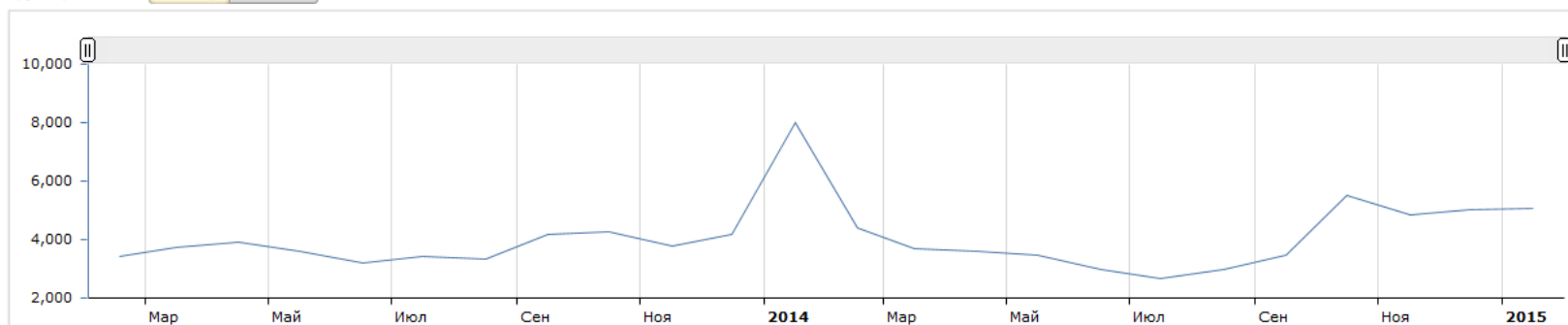
История показов по фразе «!аккумуляторы !Varta»

Группировать по: месяц неделя



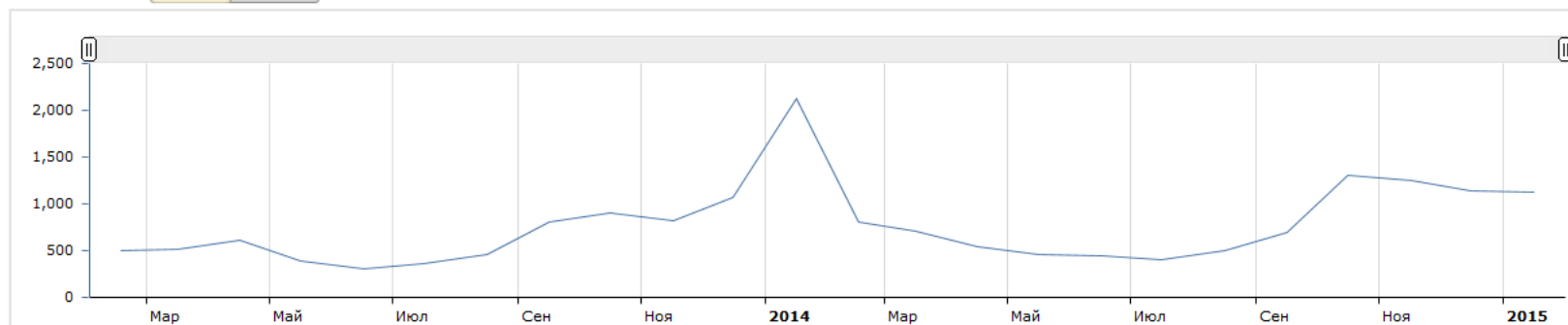
История показов по фразе «!аккумуляторы !Bosch»

Группировать по: месяц неделя



История показов по фразе «!аккумуляторы !Mutlu»

Группировать по: месяц неделя



Некоторая информация (спрос по Yandex.Wordstat)

Спрос на отечественные АКБ (МСК, МО)

Выраженная сезонность:

Максимум – зимой (январь – пик)

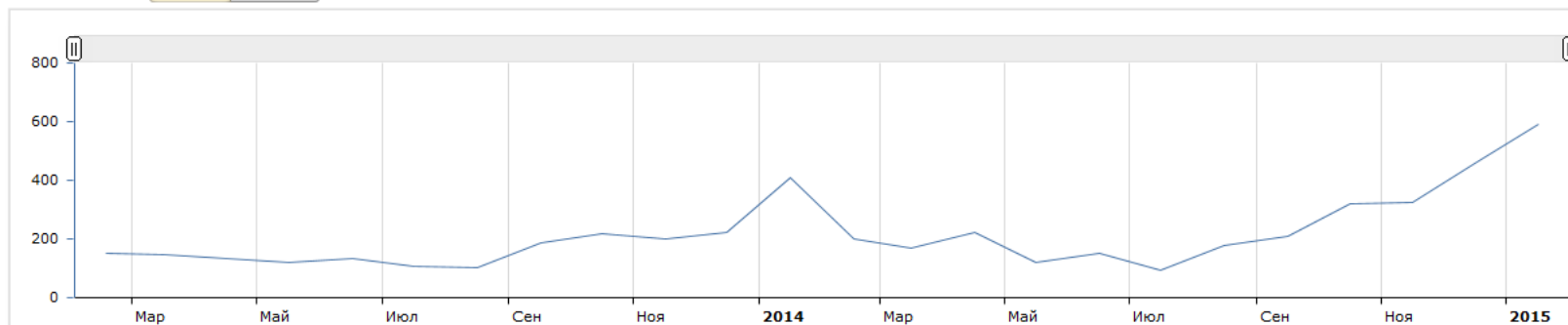
Минимум – летом (июнь–август)

Но:

- Спрос на отечественные АКБ растет. В начале 2015 г. (январе – ожидаемый максимум) наблюдается рост спроса (на ~1/3) по отношению к аналогичному периоду (январю) 2014 г.
- С курскими АКБ непонятно. Надо разбираться.

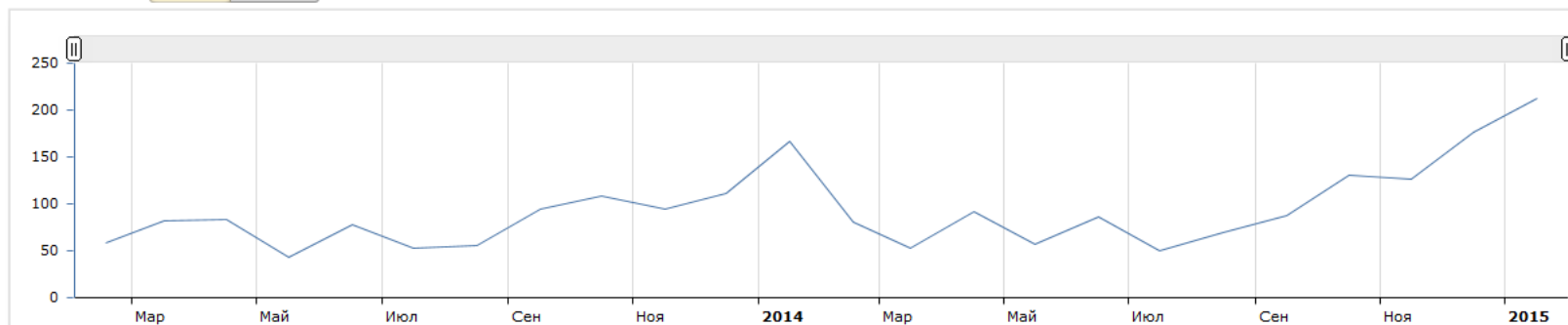
История показов по фразе «"российские аккумуляторы"»

Группировать по: месяц неделя



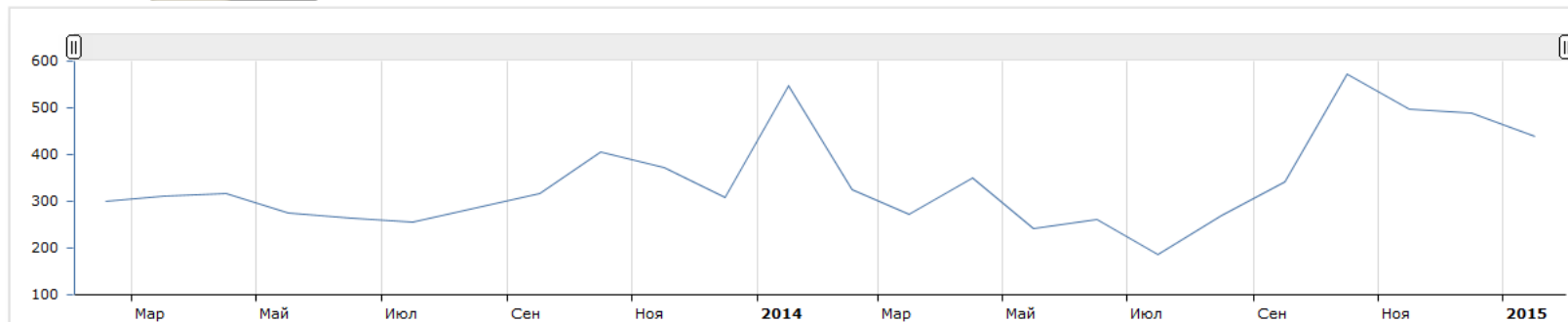
История показов по фразе «"отечественные аккумуляторы"»

Группировать по: месяц неделя



История показов по фразе «"курские аккумуляторы"»

Группировать по: месяц неделя

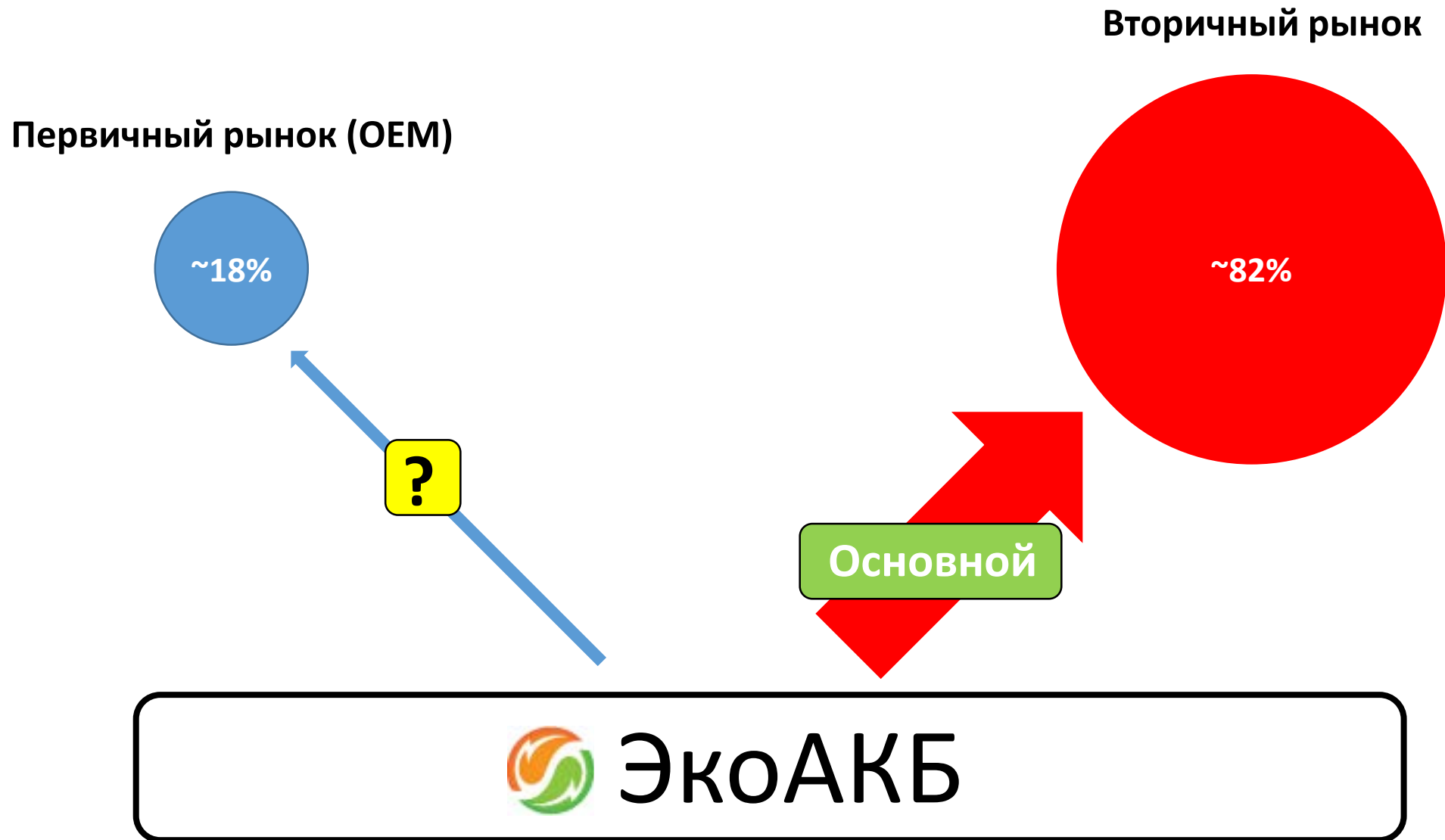


Некоторая информация (спрос по Yandex.Wordstat)

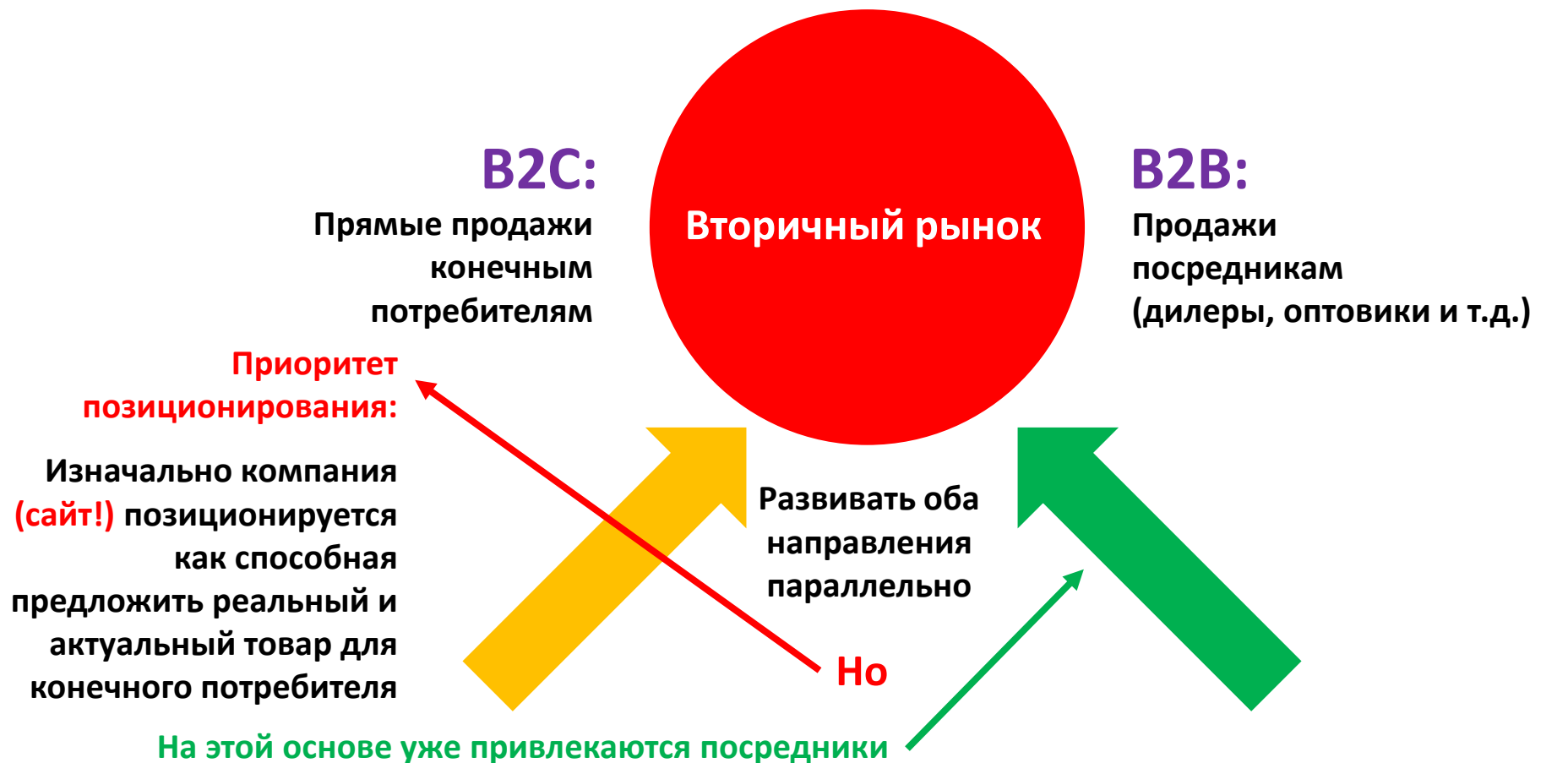
Выводы по спросу:

По всей видимости, действует импортозамещение. Спрос на импортные АКБ падает, а на отечественные – растет. Тенденция благоприятная.

Продажи ЭкоАКБ в РФ



Продажи ЭкоАКБ в РФ



Интернет-маркетинг

Главное – сайт

Сайты компании:

<http://www.ekoakb.ru> (создан 28.01.2013)

<http://www.экоакб.рф> (создан 28.01.2013)

<http://www.ekoakb.com> (создан 28.01.2013)

<http://www.batlom.com> (создан 15.04.2013)

Оставить основным на VPS (если не единственным)

Зеркала (полные дубли)

Убрать

Убрать или, по крайней мере, разнести сервера

Пусть пока будет, но смысла в нем мало (скорее мешает)

Whois:

Все сайты расположены на одном сервере: Fornex Hosting S.L. (fornex.com), Франкфурт-на-Майне, Германия

Все сайты под одним IP: 91.228.154.60

www.ekoakb.ru и www.экоакб.рф – полные дубли (зеркала)

Все сайты однозначно распознаются как аффилиаты

Всё это крайне плохо для SEO – основной технологии интернет-маркетинга!

Рекомендации:

1. www.экоакб.рф – убрать! Это полный дубль, плюс поисковики (особенно Google) не очень любят домены на кириллице.
2. Оптимально – основной сайт (ekoakb.ru) перенести на надежный VPS в районе МСК, сделать <http://ekoakb.ru> (а не <http://www.ekoakb.ru>). Но с хостингом возможны и варианты. Надо смотреть (прежде всего цены, а также пригодность под движок 1С Битрикс, надежность).
3. www.ekoakb.com – либо убрать, либо располагать на сервере отдельном от ekoakb.ru. В этом случае, на начальном этапе развития компании сайт ekoakb.ru можно преимущественно посвятить продажам, а сайт ekoakb.com – скупке лома.

Интернет-маркетинг

Дополнительные ресурсы:

Facebook: <https://www.facebook.com/ekoakb>

Вконтакте: <http://vk.com/ekoakb>

twitter: https://twitter.com/ekoakb_1

Одноклассники: <http://ok.ru/group/53220826808558>

Google+: <https://plus.google.com/107162754785093640415/posts>

YouTube: <http://www.youtube.com/user/ekoakb>

SMM (соцсети)

Компания хорошо представлена в соцсетях, но с ними надо работать: мало маркетингового (продажного) материала, мало новостей (нерегулярные).

Интернет-маркетинг

Основные выводы и мероприятия:

1. Основной ресурс – сайт ekoakb.ru.
2. Основная (но не единственная!) методология Интернет-маркетинга – SEO.
3. Поскольку основным регионом продвижения является МСК, сайт должен соответствовать московской коммерческой формуле ранжирования Яндекса.
4. Устойчивый вывод в ТОП3-5 (Яндекс, Google) – не менее года. До этого можно лишь обеспечить плавный рост позиций с соответствующим плавным приростом трафика.
5. Более быстрый способ нагона трафика – PPC-реклама (Яндекс.Директ, Google AdWords).
6. На начальном этапе требуется оптимизация сайта: UX, usability, маркетинговая привлекательность продукции на сайте и т.д. (включая техническую оптимизацию) Т.е., **сайт должен быть СДЛ!** Это обеспечит:
 - а) Возможность проводить эффективную (конверсионную) PPC-рекламу на начальных этапах маркетингового продвижения.
 - б) Уже само будет являться необходимой первоочередной работой по SEO (внутренняя оптимизация).
7. Параллельно можно подкупать ссылок (внешняя оптимизация). Но осторожно, чтобы не навредить!
8. **Внутренняя оптимизация, как и в целом SEO и Интернет-маркетинг, не являются одноразовыми мероприятиями! Это постоянная, планомерная и последовательная (поэтапная) работа с контролем (аналитикой) промежуточных этапов и коррекцией последующих действий. Поисковики постоянно вводят новые правила игры, да и ситуация на рынке и Интернет-рынке постоянно меняется.**

Торговая марка (лого)



Симпатичный. И фирменный стиль (цвета) хороший.

Но:



1) **.RU** - мешает

2) **ЕКОАКВ** не читается ни на английском, ни на русском.

Экология = **E**cology

Аккумулятор = **A**ccumulator или Battery

3) Лучше всего имя компании использовать и как торговую марку – **ЭкоАКБ**. В логотипе стилизовать надпись.



Доменное имя сайта (**ekoakb.ru**) – нормально.

Спасибо за внимание!

Вопросы?