**Стратегия 2022/23 с Дмитрием Вальдманом – генеральным директором компании «Феникс+».**

В рамках подготовки к Форуму Главный Канцелярский Вопрос мы продолжаем публиковать интервью первых лиц производителей и поставщиков канцтоваров, товаров для творчества, игрушек, сувениров. Этот предварительный прогноз мы с вами проверим на Форуме ГКВ 6 февраля 2023 г.

Сегодня в программе СТРАТЕГИЯ 2022/23 - интервью  Дмитрия Вальдмана - Генерального директора ООО «Феникс+»:

1. **Краткая общая оценка сезона 2022 по сравнению с сезоном 2021 (рост/падение в %)**

Окончательные итоги подводить рано. После событий февраля для бизнеса наступил период неопределенности. Нам, например, пришлось пересмотреть привычные показатели и работать по-новому, изменить стратегические планы и сократить горизонт планирования.

Третий квартал мы завершили с хорошим результатом: темп прироста составил 19,4 % в целом по компании. Особенно удачно отработали кампанию «Школа-2032» - благодаря всплеску покупательской активности в августе. Несмотря на то, что в четвертом квартале мы наблюдаем замедление роста по отдельным товарным группам на 5-7%, заявленные в начале года стратегические цели достигнуты.

Так, мы получили выход на дополнительные каналы сбыта для реализации остатков прошлых коллекций. Благодаря высокой клиентоориентированности компании привлекли к сотрудничеству новых клиентов из региональной розницы, увеличили клиентскую базу на 15%, в том числе за счет новых товарных групп.

Наша цель сегодня - найти баланс между рисками и движением вперед, учитывая потребности наших партнеров.

1. **Коснулись ли компанию санкции, и как это может отразиться на производимом продукте? Ждать ли другого качества продукта, упаковки, повышения цен?**

Под влиянием западных санкций мы вынуждены были скорректировать дальнейший вектор развития. Мы также столкнулись с другими дестабилизирующими факторами: рост цен на сырье и готовую продукцию у поставщиков, колебания курсов валют, повышение стоимости кредитов, удорожание и нарушение логистических цепочек. Мы, насколько возможно, нивелировали риски и максимально обеспечили потребности клиентов. При этом наша компания сохранила коммерческие условия, в том числе по отсрочкам платежей для своих партнеров.

Приоритетным для нас по-прежнему остается высокое качество продукции: оригинальные дизайны, технологии и материалы. Над этим трудится команда профессионалов Феникс+.

В перспективе мы ожидаем снижения цен на импортную продукцию. Возможен незначительный рост цен на продукцию российского производства: он связан с продолжающимся повышением стоимости сырья.

В настоящий момент еще сохраняются логистические сложности. Основной поток товаров, сырья идет из Азии, Индии и Турции. Из-за ухода основных контейнерных перевозчиков доставлять грузы в Россию по морю затруднительно, полноценно работает только порт Владивостока. Соответственно возросла нагрузка на ж/д. Растущие потребности рынка преимущественно закрываются текущим подвижным составом, которого не хватает. Это касается и трансграничной доставки автотранспортом. Все эти факторы приводят к увеличению сроков доставки и росту стоимости перевозки дальше по цепочке. На сегодняшний день мы закладываем 90 дней на логистику из Азии. Каждую поставку просчитываем в нескольких вариантах, учитывая стоимость и сроки доставки.

1. **Случилась ли смена направления продукции? Переход в другой ценовой сегмент, появление новых эконом СТМ?**

Мы продолжим наращивать наше присутствие в разных товарных направлениях, обеспечивая контроль качества на всех этапах производства. Выбранная стратегия полностью отвечает вызовам времени и позволяет диверсифицировать направления нашей деятельности. Текущая экономическая ситуация дала нам стимул для развития и поиска драйверов роста. Сейчас самое время менять ассортиментную матрицу и медиаподход. Это позволит усилить свои преимущества и донести их до широкой аудитории.

Ждать ли от нас новых СТМ? Такие планы есть. Мы готовим специализированную СТМ линейку для сетевого ритейла.

В рамках стратегии продвижения мы сохраним ориентацию на омниканальный подход, следуя тенденциям рынка.

1. **Рекомендация для розницы - на что обратить внимание?**

В контексте высокой неопределенности ясно одно: старые стратегии не работают. Время искать новые решения и проявлять гибкость. Рекомендую сместить акцент на краткосрочный горизонт планирования и перейти на управление по задачам с четко определенными метриками:

-Автоматизировать процессы размещения заказов;

-Детально анализировать остатки по каждой категории;

-Избирательно комплектовать товары для своих полок;

-Повышать уровень сервиса на торговых точках и контролировать метрики CSI и NPS.

Активно развивайте собственные онлайн-площадки - сегодня это актуально как никогда. Не стоит спешить смещать акцент в сторону низкоценового сегмента.

В периоды кризиса людям надо давать возможность радоваться мелочам. Предлагать яркие и эмоциональные решения на полках - гендерные праздники никто не отменял. Продвинутые технологии и оригинальный дизайн, выполненный вручную, – это то, чем обычно удивляет продукция Феникс+, и то, чем полки канцелярских магазинов отличаются от федеральных сетей.

Не останавливайтесь, ищите новые ниши и точки роста, диверсифицируйте бизнес.

Дневники, ручки, тетради, развивающая продукция всегда будут востребованы, как и смежные категории в виде товаров для творчества. Именно этим отличается канцелярский рынок от многих других сфер деятельности - у нас много возможностей. Принимайте взвешенные решения, основываясь на ресурсных возможностях.

**5) Топ 5 новинок, которые вы представите на выставке Скрепка 2023.**

О новинках рассказывать не буду. Мы по традиции представим новую коллекцию делового планирования Escalada™ в трендовых дизайнах. И обязательно покажем новую матрицу пишущих принадлежностей. У компании впереди множество амбициозных планов - нам есть чем вас порадовать.

**6) Прогноз на остаток 2022 и начало 2023 - к чему готовиться.**

Давать какой-либо прогноз в период экономической турбулентности сложно. Очевидно, что 2022 год продемонстрирует падение в штуках. В рублях покажет рост в размере 7-10%, что связано с увеличением стоимости товаров. Хотя в действительности этот показатель ниже реального увеличения стоимости, которое по году составит порядка 15%. Немного увеличится доля низкоценового сегмента. Премиум, скорее всего, сохранит свои позиции.

Кроме того, продолжается смещение тренда продаж через онлайн-каналы. Доля интернет-торговли продолжит расти, прирост в 2022 году уже составил 42%.

Сегодня мы видим множество точек роста компании. Уже работаем над цифровыми решениями, которые представим рынку в ближайшие два года. Необходимо уделить особое внимание региональной рознице: предлагать совместные маркетинговые акции, поддерживать гибкими условиями, интересными и выделяющимися на полке решениями.

**Кризис – это время возможностей, сложное, но интересное!**

Форум [**Главный Канцелярский Вопрос**](http://gkv.skrepkaexpo.ru/) - актуальная площадка для обмена актуальной информацией и практическим опытом профессионалов отрасли. Форум ГКВ 2023 состоится 6 февраля 2023 г

Зарегистрироваться для посещения Форума Главный Канцелярский Вопрос 2023

по [ССЫЛКЕ](https://skrepkaexpo.ru/registratsiya-online-gkv/)

Зарегистрироваться для БЕСПЛАТНОГО посещения 30-й выставки Скрепка Экспо по [ССЫЛКЕ](https://skrepkaexpo.ru/registratsiya-online/)

Приглашаем все компании рынка к участию в 30-й Юбилейной международной мультитематической выставке Скрепка Экспо [ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ](https://skrepkaexpo.ru/zayavka-na-uchastie/)

Оставайтесь в курсе наших новостей:

Самая подробная информация на нашем [Telegram](https://t.me/skrepkaexpo) канале.

[ВКонтакте](https://vk.com/skrepkaexpo)

[Instagram](https://www.instagram.com/skrepkaexpo/)

[Facebook](https://www.facebook.com/skrepkaexpo)