Сергій Галян



ДИРЕКТОР З РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ, СИСТЕМИ ПРОДАЖУ ТА МАРКЕТИНГУ, 111 000 ГРН.

8 січня Місто: Київ

Готовий до відряджень: Одеса, Львів, Луцьк

Вік: 51 рік
Режим роботи: повний робочий день
Категорії: Реклама, маркетинг, PR, Керівництво, Торгівля, продажі, закупівлі

✔ Перебуваю в шлюбі ✔ Є діти ✔ Готовий до відряджень

Увійдіть або зареєструйтеся на сайті як роботодавець, щоб бачити контактну інформацію.

Досвід роботи

Директор з маркетингу, розвитку та інвестицій

SMART Холдинг ("Верес") (виробництво продуктів харчування, продажу), Київ
08.2019 – По теперішній час (7 років 3 місяці)

Обов'язки:

ПОСАДИ ОБОВ'ЯЗКИ (за погодженням з керівництвом компанії «Верес»)

- Розробляв "з нуля" стратегії розвитку компанії, нові напрямки діяльності;
- Готував проекти планів розвитку підприємств та впроваджував їх;
- Розробляв маркетингові стратегії;
- Аналізував ринки та визначав можливості розвитку компаній (проектів, бізнес-напрямків);
- Вів моніторинг та контроль реалізації проектів про розвиток;
- Здійснював пошук клієнтів та стратегічних партнерів;
- Проводив аналіз ринкового оточення;
- Працював із компаніями (проектами) за кордоном;
- Розробляв функціональну та організаційну структури нових бізнесів;
- Здійснював пошук та впровадження інновацій; керував групами у проектах із розробки інвестиційних проектів;
- Розробляв програми підвищення операційної ефективності бізнес-напрямків у рамках стратегічного плану розвитку;
- Розробляв Системи Продажів (ланцюжок додаткової вартості від виробництва до постпродажного обслуговування);
- Розробляв оптимальне управління каналами продажів, здійснював вихід продукції нові сегменти і регіональні ринки;
- Організовував фінансово-господарську діяльність бізнес-проектів;
- Керував підбором кваліфікованого персоналу, плануванням діяльності бізнесів, управлінням та контролем роботи структур;
- Працював з асортиментною матрицею, оптимізував портфелі бізнесів, розробляв проекти із запуску нових продуктів та ТМ (RND, NPD);
- Налагоджував стабільні та довгострокові партнерські відносини з VIP-клієнтами та партнерами;
- Керував маркетинговим супроводом (управління каналами розподілу, розробка маркетингових матеріалів та програм, стимулювання збуту, адміністрування маркетингу);
- Керував товаропровідною системою (складська та транспортна логістика, документообіг, контроль руху матеріальних та фінансових потоків)

ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:

- Запуск та виведення на рівень прибутковості 13 комерційних проектів у 9 компаніях (Україна, Казахстан, Узбекистан)
- Маю кейси по роботі з компаніями b2b та b2c (food& nonfood) спрямованості

Директор зі стратегічного розвитку та просування на зовнішніх ринках Групи компаній

Група компаній «Верес» (SMART Холдинг) (FMCG, виробництво та продаж в Україні та за кордоном), Київ
04.2008 – 08.2019 (11 років 4 місяці)

Обов'язки:

Склад холдингу: 5 великих виробництв у різних регіонах України, 2 торгові будинки (Україна, Росія), найбільше виробництво продукції у Східній Європі (монополіст в Україні), власні логістичні центри та АТП – всього 15 юридичних осіб, понад 6000 співробітників

Штат співробітників: департамент маркетингу (стратегічний маркетинг 6+2+2+3 особи; операційний маркетинг 9 (Український ТД) + 6 (Російський ТД) людина)

Профіль холдингу: виробництво продуктів, дистрибуція, розвиток власного роздрібу

ПОСАДОВІ ОБОВ'ЯЗКИ:

- Аналізував інвестиційну привабливість сегментів продовольчого ринку (плодоовочева консервація, продукти швидкого приготування, заморожені продукти).
- Розробляв нові групи товарів (Продукти швидкого приготування, готові другі страви)
- Займався проектним менеджментом по ряду проектів як керівник або експерт у робочих групах (зокрема, розробкою СТМ для мереж)
- Безперервно відстежував зміни кон'юнктури попиту та пропозиції на операційних ринках та робив прогноз на поточний рік.
- Постійно проводив аналіз конкурентної позиції компанії у галузі
- Сформував загальну маркетингову стратегію та стратегію розвитку компанії на 5 років.
- Створив відділ стратегічного маркетингу із впровадження маркетингової стратегії.
- Сформував концепцію мультинаціональної виробничої бази з виносом виробництв до сусідніх країн – Індії, Молдови, Росії, Китаю, Румунії.
- Сформулював концепцію вертикально диференційованого холдингу для групи компаній (ГК) та займався формуванням департаменту агрогосподарської діяльності ЦК
- Здійснював повномасштабний маркетинговий комплекс (7Р) у стратегічному та операційному маркетингу
- Розробив та контролював проведення національних маркетингових заходів та РК у Росії, Україні, Білорусі та країнах Центральної Європи
- Розробляв та виводив на ринок нові бренди
- Підготував та реалізував просування свіжих овочів грибів у стокові маркети
- Розробив та впровадив систему планування виробництва за участю маркетингової служби та департаменту стратегічного розвитку
- Розробив та впровадив процес стимулювання збуту та систему оцінки його ефективності.
- Розробив стратегію рекламних кампаній для ринку на 5 років.
- Брав активну участь у розвитку експортних продажів

ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:

- Оцінив та захистив проект з розробки виробництва напівфабрикатів та продуктів швидкого приготування (ПШП).
- Сформував систему управління стратегічним (через корпоративний центр ЦК) та операційним (через ТД «Росія» та ТД «Україна») маркетингом та налагодив організацію, планування, взаємодію та контроль роботи між підрозділами маркетингової служби.
- Забезпечив обсяг імпорту сировини та готових продуктів $XY.000.000 (10% в оптових цінах від обороту в Україні).
- Розробив план РК на 5-річчя та розробив бюджет під РК у межах $30.000.000
- Підготував 2 рекламні ролики на $230.000
- Організував департамент для управління с/г угіддями ЦК. Об'єднав 40 000 Га. у 5 господарствах з бюджетом €15.000.000
- Досягнув заняття ними до 40% часток ринку в категоріях продуктів соусів, консервації та бакалії.
- Підготував кошторисну документацію для купівлі 3-х підприємств у Молдові, Росії, Індії на суму понад €40.000.000
- Вивів на ринок 3 нових бренди (зайнявши в середньому 10-15% ринку у відповідних субсегментах).
- Досяг заняття частки 15% свіжих грибів у продуктових РС України
- Розробив 5 бізнес-процесів та КПР (KPI) для служби операційного та стратегічного маркетингу/

Причина звільнення – рецесія бізнесу ЦК, згортання розвитку та експансії на зовнішні ринки. Перехід у керуючу

компанію SMART.

Заступник Генерального директора з розвитку та маркетингу

Корпорація «Укрінтерпродукт» м. Донецьк за участю компаній: Lauffer N.V. та вітчизняних компаній зі змішаним капіталом (Виробництво хліба, майонезу, олії, зерна, роздрібна торгівля), Донецьк

12.2006 – 04.2008 (1 рік 4 місяці)

Обов'язки:

Склад холдингу: Асоціація "Донбасхліб" /25 хлібокомбінатів/ ТМ "Святошино", "Славолія", "Урожай", "Умань", "Гайсин"; ТОВ «All Multimix Studio», Азовська продовольча компанія (включаючи елеватори, АТП та млини, логістичні комплекси та зерносховища), ЗАТ Макіївська кондитерська фабрика, ЗАТ Макіївський завод безалкогольних напоїв тощо).

Штат співробітників: 5 осіб у керуючій компанії та 35 осіб у підрозділах за напрямами видів бізнесу + 89 маркетологів на підприємствах.

Профіль холдингу: Виробництво продуктів харчування, роздрібні мережі, HoReCa, дистрибуція, роздрібні мережі, B2B, рекламна діяльність

ПОСАДОВІ ОБОВ'ЯЗКИ:

- Досліджував ринки хлібобулочної та кондитерської промисловості, HoReCa, олії, ковбасних та макаронних виробів; тенденції та прогноз розвитку сегментів ринку, його інфраструктури, конкурентів, партнерів, кінцевих покупців.
- Розробляв стратегічні цілі та завдання з бізнес-напрямків.
- Здійснював та контролював збір, обробку, ведення бази даних щодо клієнтів та аналіз ринків.
- Аналізував взаємодію маркетингу та продажу та вносив пропозиції щодо їх корекції.
- Здійснював впровадження маркетингової стратегії на підприємствах.
- Організував та впровадив основні бізнес-процеси у структурах маркетингу та стратегічного розвитку.
- Керував структурою маркетингу холдингу, контролював ефективність проведених заходів.
- Просував існуючі та створював нові успішні бренди та нові продукти.
- Розробляв системи лояльності Клієнтів.
- Розробляв рекламні кампанії з окремих напрямків.
- Керував проектом зі створення та розвитку власних роздрібних мереж («Калач», «Лучіано»).
- Розробив вимоги та створив відділ PR для реалізації комплексу заходів, формування іміджу компанії, взаємодії зі ЗМІ.
- Аналізував комплекс маркетингу та продажів (продажу, асортимент, закупівлі, інвестиції, канали маркетингових комунікацій – реклама та просування та каналів збуту за напрямами бізнесу) та виносив свої рекомендації на обговорення Ради директорів, Координаційної ради з інвестицій та інновацій.
- Вів переговори з ключовими людьми в галузі бізнесів компанії (дистриб'ютори, моніторингові та рекламні агенції, ключові люди галузі та ін.).
- Розробляв стратегічні плани продажу, мотиваційні програми щодо збільшення обсягів збуту та координував їх виконання.
- Керував маркетинговими каналами та розробляв нові канали збуту готових продуктів та сировини (b2b) в Україні та за кордон.
- Оцінював ефективність продажу існуючого товарного портфеля та пропонував дії щодо його оптимізації.
- Займався питаннями ЗЕД (вивчення трендів розвитку виробничих сегментів, пошук об'єктів для інвестування, проекти з розрахунку привабливості) .
- Розробляв мотивацію для персоналу.
- Займався бюджетуванням, оптимізацією та контролем виконання бюджету служб маркетингу та стратегічного розвитку, здійснював контроль за фінансовою дисципліною у підрозділах.

ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:

- Зайняв 37% ринку Східної України (5 областей) у низькоціновому сегменті хлібобулочних виробів.
- Вивів на ринок Донецька преміальну ТМ «Лучіано» (кондитерські борошнисті та шоколадні вироби ВКФ «ОНІКС») Q4 –Q2 2008р. і зайняв 22% у сегменті, відкрив 3 бутіки - кафе шоколадно-кондитерських виробів.
- Забезпечило маркетинговими діями зростання продажу асортименту Холдингу за 4 бізнес-напрямками + 14% до плану.
- Зайняв 14% ринку у високоціновому сегменті з ТМ «Славолія» у Донецькій та Луганській областях.
- Досягнув впізнаваності бренду «Славолія» 95/100% у Донецькій та Луганській областях.
- Зайняв 26% ринку у низькоціновому сегменті соусів та майонезів у Східній Україні та +3% по всій Україні.
- Забезпечив пізнаваність бренду «Урожай» 35/63%.
- Реорганізував департамент маркетингу та створив відділ PR
- Розробив систему стратегічного та операційного маркетингового планування у Корпорації.
- Затвердився на ринку, зайнявши 25% у сегменті продуктів швидкого приготування (перших та других страв – ПБП)
- Вивів на ринок 2 нові категорії ПБП та суббренд «Мівіна Домашня», зайняв 41% ринку

- Завоював 14% в українському субсегменті ринку соєвих соусів (ТМ «Наварро»)
- Забезпечив маркетинговими діями +38% продажів до експорту продуктів швидкого приготування (перших та других страв) та снеків (ТМ Bim Bim)
- Організував національну РК із бюджетом у $Y млн.
- Підготував 4 рекламні ролики (тривалість 5 та 7 хв. загальною вартістю $ 223 тис.)

Директор департаменту маркетингу та розвитку Управляючого Центру компанії

Торгова група (ТОВ "МедТерм", ТОВ "MIPC"), (Торгівля оптова / Дистрибуція / Експорт (Дистрибуція), ексклюзивна дистрибуція, лінійний та luxury роздріб, посуд, аксесуари, меблі, побутова техніка), Одеса

12.2004 – 12.2006 (2 роки)

Обов'язки:

Склад холдингу: 8 компаній та 13 юрособ у корпорації, включаючи логістичний бізнес, дистрибуцію продуктів харчування, інгредієнтів, лікарських препаратів – ЗАТ «Медфарком», компанія роздрібно-дистриб'юторського профілю ТОВ «МедТерм» (афілійована компанія) дистрибуторська компанія ТОВ «MIPC".

Штат співробітників: 5 осіб у відділі стратегічного маркетингу + 17 осіб у відділах операційного маркетингу компаній + 12 осіб у РА «Промінь» (BTL) + (окремо) 12 осіб у відділі маркетингу та продажу ТОВ «МедТерм», 7 бренд-менеджерів у Департаменті «Послуда» у ТОВ «MIPC».

Профіль холдингу: Дистрибуція FMCG (food & non food), логістичні послуги, рекламні послуги, ексклюзивна дистрибуція, фармбізнес, лінійний роздріб, b2b b2c продажу (промислове обладнання, інгредієнти; посуд, аксесуари, меблі, велика та дрібна побутова техніка).

ПОСАДОВІ ОБОВ'ЯЗКИ:

- Прогноз зміни кон'юнктури попиту та пропозиції на внутрішніх та зовнішніх ринках.
  Аналіз та прогнозування споживчого попиту, розробка та координація заходів управління товарним портфелем, брендингу, трейд-маркетингу, продажів
- Розробка стратегій та бізнес-планування, контроль та аналіз розвитку бізнесу.
- Перемовіни з виробниками, організація та маркетинг закупівель.
- Ведення звітної та облікової документації, підготовка звітів власникам
- Реструктуризація бізнесу, розвиток мережі філій (шоу-руми), роздрібної мережі (бутики, мережі «Серверо», "Стирол").
- Формування конкурентної, збутової, цінової політик, системи просування послуг та розвитку брендів, переговори з оптовими клієнтами.
- Маркетингове планування, розробка та впровадження маркетингових стратегій.
- Аналіз комплексу маркетингу (продажу, асортимент, закупівлі, інвестиції, аналіз каналів маркетингових комунікацій - реклама та просування в каналах збуту за напрямами бізнесу).
- Розробка систем управління функціонуванням маркетингових каналів.
- Розробка бізнес-процесів у структурах продажів, маркетингу та стратегічного розвитку.
- Медіа планування та медіа просування (робота з рекламними агентствами, організація та проведення рекламних кампаній, контроль рекламного бюджету, вибір ЗМІ для просування продукції) .
- Організація та контроль ATL&BTL заходів.
- Брендинг: формування стратегії просування ТМ (розробка бізнес-планування, організація крос-просування, розробка інноваційних та креативних рішень).
- Керівництво розробкою та наповненням сайту компанії
- Бюджетування

ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:

- Забезпечив маркетинговими діями + продаж 11% до плану по Україні концерну «Arcelic AS» (Туреччина) – ТМ «Beko» та «Blomberg» .
- Брав діяльну участь та керував проектом M&A ТОВ «МедТерм» та мережі супермаркетів «Техноком» з маркетингових та стратегічних питань
- Забезпечив своїм керівництвом у front office збільшення продажів ТМ ROSENTHAL, WEDGWOOD, HAVILAND, WMF, WUSTHOF, SCHOTT, ZWIESEL 18 , ROBBE & BERKING + 19% до плану
- Досяг за рахунок особистих зусиль на переговорах та розробкою оригінальних POSM ТМ класу «преміум»: ROSENTHAL , BODUM, ROBBE & BERKING + 28% до сукупних бізнес-планів ($1,8.000.000.000 періоду)
- Оптимизував рекламний бюджет (-34%)
- Забезпечив приріст продажів у 70% товарних категорій +14% у роздрібній мережі (раніше склад. -16%)Добився уніфікації роздрібної мережі «Серверо» в одному форматі.
- Достиг за рахунок особистих зусиль на переговорах + 27% продажів за рахунок нових каналів збуту .
- Впровадив крос-продажі з винними бутіками. Досяг за рахунок розширених продажів +16% до сукупних планів продажів напрямів.
- Скоротив витрати на 23% по просуванню нових ТГ асортиментної матриці

Директор з маркетингу та розвитку Корпоративного центру
ВТГ

Виробничо-торгівельна група компаній «Технологія»,Київ - Київський Вітамінний завод, ТОВ "Ділмас", ТОВ "Фарматек" та ін. (виробництво та дистрибуція медикаментів, субстанцій, інгредієнтів, допоміжних речовин, пакувальних матеріалів та поліграфічної продукції, виробничого обладнання, товарів гігієни та косметики, БАДів, спортивного харчування, рітейл), Київ

06.2001 – 12.2004 (3 роки 5 місяців)

Обов'язки:

Склад групи компаній: ЗАТ "КВЗ", ЗАТ "Лугал", ВАТ "Фарматек", ЗАТ "Ділмас", ЗАТ "Технологія", СП "Технологія - С", НВК "ФармБіотек", картонажна фабрика "Зоря", роздрібна мережа аптек КВН, м. Київ).

Штат співробітників: 12 осіб (відділ маркетингу + відділ стратегічного розвитку) + 17 осіб у прямому функціональному підпорядкуванні у структурах маркетингу на виробництвах.

Профіль групи компаній: Виробництво та дистрибуція медикаментів, субстанцій, інгредієнтів, допоміжних речовин пакувальних матеріалів та поліграфічної продукції, виробничого обладнання, товарів гігієни та косметики, БАДів та спортивного харчування, роздрібні мережі.

Освіта

Факультет управління та економіки, Одеський державний університет

Спеціальність: спеціальність - економіка та управління підприємствами

повна вища, 08.2006 – 06.2008 (1 рік 10 місяців)

MBA, Школа Бізнесу, Британський Відкритий університет

Спеціальність: спеціальність – менеджмент/маркетинг

повна вища, 09.2001 – 06.2004 (2 роки 9 місяців)

Військово-Морська Академія, Петербург

Спеціальність: економіка та управління тилом

повна вища, 08.1993 – 06.1994 (10 місяців)

Военно-Медицинская Академия, Ленинград

Спеціальність: управление ресурсами и техническими средствами

повна вища, 08.1985 – 06.1991 (5 років 10 місяців)

Знання мов

Англійська - Вище середнього

Додаткова інформація

Особисті якості, хобі, захоплення, навички: КЛЮЧОВА ІНФОРМАЦІЯ: Я маю 21-річний підтверджений стаж роботи на різноманітних управлінських посадах. Маю великий досвід керівництва проектами та формуванням проектних команд (загалом - більш запроваджених 40 проектів): • проектами з розробки та виведення на ринок нових продуктів та брендів, • відкриття представництв та філій, • організації рекламних компаній, • відкриття нових напрямків бізнесу, • формування портфелів компаній, • управлінням повним комплексом оперативного та стратегічного маркетингу МЕНЕ ВІДМІНЮЮТЬ: • вміння визначати чіткі цілі, • вміння визначати необхідні ресурси для їх досягнення; • швидкість мислення разом із негайною реакцією на погрози, • здатність працювати під великим тиском та в стресовій ситуації, • навички управління великими колективами, • здатності раціонально використовувати мінімальні ресурси ПРОФЕСІЙНІ НАВИЧКИ Управління стратегічним розвитком та стратегічним маркетингом 9 років досвіду Розробка стратегій та бізнес-планування 10 років досвіду Проектний менеджмент 6 років досвіду Управління продажами 8 років досвіду Управління товарними та марочними портфелями 12 років досвіду Розробка та виведення на ринок нових продуктів та послуг 9 років досвіду Брендинг 16 років досвіду Управління повним комплексом продажів та маркетингу років досвіду Навички організації інтернет-маркетингу (пошукова та банерна реклама, e-mail маркетинг, партнерський маркетинг, вірусний маркетинг, прихований маркетинг, інтерактивна реклама, маркетинг соціальних зв'язків, репутаційний маркетинг) 5 роки досвіду

Мета пошуку роботи, побажання до місця роботи: Отримання посади директора з розвитку та маркетингу в амбітній компанії, що динамічно розвивається, для реалізації свого практичного досвіду, навичок, умінь і досягнення успіхів у її бізнес-проектах.