



Галян Сергій Павлович

Активно шукаю роботу

Директор з просування, зміцнення бізнесу та маркетингу, 111000 грн

Повна зайнятість

Бажане місто роботи : Київ

Дата народження: 23 лютого 1975 (51 рік)

Стать: Чоловік

Сімейний стан: одружений

Діти: є

Контактна інформація

[Зареєструйтеся](#) або увійдіть щоб відкрити контакти пошукача

Досвід роботи

Керівник комерційних проектів

з 09.2016 по поточний час (9 років 7 місяців)

SMART Холдинг, Україна

(ПОСАДИ ОBOB'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-напрямоків);
- 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-напрямоків у рамках стратегічного плану розвитку;
- Розробляв Системи Продаж (ланцюжок додаткової вартості від виробництва до постпродажного обслуговування);
- Розробляв оптимальне управління каналами продажів, здійснював вихід продукції в нові сегменти та на 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

з 03.2008 по поточний час (18 років 1 місяць)

Група компаній "Верес" (SMART Холдинг), Київ

(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 (ПШП)
- 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 (7P) 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 марки
 - 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 російського ринку на 5 років.
 - Брав активну участь у розвитку експортного продажу **ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:**
 - Оцінив та захистив проект з розробки виробництва напівфабрикатів та продуктів швидкого приготування (ПБП)
 - 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 4 рекламні ролики
 - Організував департамент управління с/г угіддями ДК. Об'єднав 40 000 Га. у 5 господарствах з бюджетом €15.000.000
 - Добився заняття ними до 40% часток ринку в категоріях продуктів соусів, консервації та бакалії
 - Підготував кошторисну документацію для купівлі 3х 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, згорання розвитку та експансії на зовнішні ринки, перехід у керуючу компанію SMART до структур проектного менеджменту.)

Заступник Генерального директора з розвитку та маркетингу

з 11.2006 по 03.2008 (1 рік 4 місяці)

Корпорація "Укрінтерпродукт" за участю компаній: Lauffer N.V. та вітчизняних компаній зі змішаним капіталом, Донецьк

(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 напрямками видів бізнесу + 89 маркетингологів 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
- 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 напрямками 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
- 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 борошністі та шоколадні вироби ВКФ «ОНИКС») 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-напрямами + 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 в 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.
- Утвердився на ринку, зайнявши 25% у сегменті продуктів швидкого приготування (перших та других страв - ПБП)
- Вивів на ринок 2 нових 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 снєків (ТМ «Vim Vim») • Організував національну РК з бюджетом у \$Y млн.

• Підготував 5 рекламних роликів

Причина звільнення: за згодою сторін у зв'язку з переходом на нову посаду за домовленістю власників)

Директор департаменту маркетингу та розвитку керуючого центру

з 11.2004 по 11.2006 (2 року)

«Palma Group S.A. », Switzerland, український офіс (Одеса), Одеса

(Склад холдингу: 8 компаній та 13 юрособ у корпорації, включаючи логістичний бізнес, дистрибуцію продуктів харчування, інгредієнтів, лікарських препаратів – ЗАТ «Медфарком»), компанія роздрібно-дистрибуторського профілю «МедТерм» (афілійована компанія)

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".

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

ПОСАДОВІ ОБОВ'ЯЗКИ:

- Прогнозував зміни кон'юнктури попиту та пропозиції на внутрішніх та зовнішніх ринках fmcg-food, fmcg-non food, субстанцій та інгредієнтів для промисловості, медикаментів, деяких субсегментів luxury
 - Аналізував та прогнозував споживчий попит в Україні, розробляв та координував заходи брендингу, трейд-маркетингу, рекламних заходів у бізнес-напрямах
 - Розробляв корпоративну стратегію та бізнес - стратегію та планування для бізнес-напрямків
 - Брав активну участь у формуванні конкурентної, збутової, цінової політик, системи просування послуг та розвитку брендів
 - Брав активну участь у розвитку філійної дилерської мереж (нових маркетингових каналів), мереж власних магазинів та відкритті show rooms деяких бізнес-напрямків
 - Займався маркетинговим плануванням та управлінням БП у бізнес-напрямах fmcg-food (ТД «Пальміра»), медикаментів (ТОВ «Медфарком», ТМ «Табко»), логістичних послуг (ЗАТ «ІЛС») в галузі субсегментів luxury (посуд, меблі, аксесуари, побутова техніка, HI-FI апаратура) Здійснював стратегічний аналіз продажів, асортименту, закупівель за перерахованими вище напрямками
 - Проводив активний розвиток дилерської мережі у рамках стратегії компаній холдингу
 - Займався реструктуризацією бізнесів холдингу, M&A (злиття ТОВ «Медфарком» та «ЗАТ Протек» - проект «Лідер»)
 - Розробляв та впроваджував базові бізнес-процеси у структурах маркетингу та стратегічного розвитку
 - Активно співпрацював із рекламними агентствами. вів контроль BTL заходів • Проводив медіа планування рекламних кампаній, здійснював контроль рекламного бюджету, займався безпосередньо розробкою корпоративного стилю (за участю власних дизайнерів та аутсорсингу)
 - Керував розробкою візуальних матеріалів, каталогів, презентацій, сувенірної продукції, розробкою та наповненням корпоративного сайту компанії
 - Керував маркетингом закупівель, вів переговори з виробниками
 - Створив та керував департаментом маркетингу, розробляв БП, вимоги до пошуку, розвитку та мотивації співробітників
 - Здійснював контроль за фінансовою дисципліною у підрозділах
- ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:
- Забезпечив маркетинговими діями + продаж 11% до плану по Україні ексклюзивної ТМ «Табко» (Австралія)

- Досяг рахунок особистих зусиль частки ринку до 20% за категоріями асортименту виробників допоміжних речовин і сировини: Parateck®, Merck KGaA, Blanver Farmoquimica Ltd, TM DANISCO
- Брав діяльну участь та керував проектом M&A BAT «Медфарком» та ТОВ «Протек Фарма» з маркетингових та стратегічних питань
- Забезпечив своїм керівництвом у front office збільшення продажів TM ROSENTHAL, WEDGWOOD, NAVILAND, WMF, WUSTHOF, SCHOTT, ZWIESEL 1872, RIEDEL, BODUM, ROBBE & BERKING + 19% до плану
- Досяг за рахунок особистих зусиль на переговорах та розробці оригінальних POSM TM класу «преміум»: ROSENTHAL, BODUM, ROBBE & BERKING + 28% до сукупних бізнес-планів (\$1,1.000.000)
- Оптимизував при цьому рекламний бюджет (-53)
- Забезпечив приріст продажів у 70% товарних категорій +12% у роздрібній мережі (у 2005 році було невиконання плану -16%)
- Добився уніфікації роздрібною мережі в одному форматі
- Досяг рахунок особистих зусиль на переговорах + 27% рахунок освоєння нових каналів збуту
- Достиг рахунок впровадження розробленого проектною групою проекту +16% до сукупних планів продажів двох компаній ДК
- Скоротив витрати на 23% за проектом розробки нових продуктів у сегменті fmcg-food
- Забезпечив маркетинговими діями + продаж 11% до плану по Україні концерну «Arcelic A.S.» (Туреччина) - ТМ «Beко» та «Blomberg»
- Керував проектом M&A ТОВ «МедТерм» та мережі супермаркетів «Техноком» та «Стінол» з маркетингових та стратегічних питань
- Досяг більш якісної роботи та прибутковості у діяльності власного btl-агентства холдингу «Промінь»

Причина звільнення – персональне запрошення від власника до Харкова/Донецька до великої компанії – лідер ринку FMCG на вищу посаду з декларованими широкими повноваженнями.)

Direktor po marketingu i strayegicheskому razvitiyu Korporativnogo tsentra auto_awesome
 Возможно, вы имели в виду: Директор по маркетингу и стратегическому развитию Корпоративного центра 70 / 5 000 Директор з маркетингу та стратегічного розвитку Корпорати

з 05.2001 по 11.2004 (3 року 6 місяців)

Торгово-виробнича група «Технологія», Київ

(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

ПОСАДОВІ ОБОВ'ЯЗКИ:

- Провів глибокі дослідження ринку (продукти, конкуренти, постачальники, споживачі, тенденції, можливості тощо) та реалізував результати у довгострокову стратегію виробництва нових продуктів на 10-річний період
- Аналізував та прогнозував поточний споживчий попит, розробив та скоординував та оптимізував заходи брендингу, трейд-маркетингу, рекламних заходів.
- Розробляв маркетингові плани та програми
- Проводив дослідження та аналіз українського ринку допоміжних речовин, обладнання, технологічних ліній та регулярно надавав звіти та рекомендації голові наглядової ради ТПГ

- Відбудовував роботу відділів стратегічного розвитку та маркетингу їх взаємодію з іншими підрозділами та гравцями ринку
- Брав участь у розробці та впровадженні конкурентної, збутової, цінової політик, системи просування послуг та розвитку брендів, планів збуту, мотиваційних програм щодо збільшення обсягів збуту, координував їх виконання
- Брав активну участь в управлінні політикою цін у рамках Координаційної ради та ЦД при Президентів холдингу • Оцінював рентабельність продукції
- Брав участь у експортно-імпортній діяльності як експерт і член проектної групи.
- Постійно займався брендингом, формував та реалізовував стратегії просування ТМ, виведення нових продуктів на український, білоруський та російські профільні ринки • Керував та брав активну участь у процедурах ребрендингу, редизайну, рестайлінгу існуючих продуктів
- Брав активну участь у розвитку та контролі над функціонуванням каналів розподілу
- Керував медіа плануванням, проведенням РК, контролював рекламний бюджет, аналіз їх ефективності, організував та провів розробку корпоративного стилю.
- Вів переговори з VIP у галузі бізнесів ПТГ (дистрибутори, моніторингові та рекламні агенції, ключові люди галузі та ін.) з підписанням та виконанням договорів
- Особисто організовував та контролював підготовку та проведення BTL заходів
- Займався управлінням, навчанням та контролем над роботою співробітників підпорядкованих структур та регіональних менеджерів
- Займався та безпосередньо відповідав за бюджетування, оптимізацію та контроль виконання бюджету

ЗНАЧНІ ДОСЯГНЕННЯ:

- Маркетинговими зусиллями досяг річного приросту в 43% (+13% до плану)+ 47% продажів
- Запустив нові види продукції (пакувальний та ламінований картон, взуттєві коробки, поліграфічну продукцію)
- Досяг рахунок особистих зусиль з розробки та постановки на виробництво +17% продажів продукції b2b корпорації
- Створив проектну групу: 126 осіб із 12 підрозділів підприємств, 2 НДІ та ДЦНЛЗ – підготував 106 нових для компанії генеричних продуктів. Забезпечив запуск у виробництво 13 продуктів ОТС і досяг заняття асортиментом Компанії 6% частки ринку вітчизняних препаратів в Україні
- Досяг + 17% продажів у субсегменті вітамінів на фармацевтичному ринку Росії
- Вивів на ринок 14 фармацевтичних ТМ • Створив зовнішню службу ВАР «InterChem» (19 осіб), службу стратегічного розвитку (8 осіб) та департамент маркетингу (12 осіб) КВН, службу стратегічного маркетингу ПТГ (14 осіб)
- Організував 6 рекламних компаній
- Досяг у сегментах «косметична та гігієнічна продукція» в РС 2,5 % частки продажів по Україні
- Забезпечив 30% приріст продажу сукупної продукції ВАР за рахунок введення нових товарних категорій та їх рекламно-промоційної підтримки
- Добився підтримки понад 150 лідерів думки (академіки АМНУ, професора ВНЗ та НДІ, директора ЛПУ та НМЦ)

Причина звільнення – перехід на роботу до Одеси за сімейними обставинами.)

Додаткові відомості

КЛЮЧОВА ІНФОРМАЦІЯ: Я маю 22+-річний підтверджений стаж роботи на різних управлінських посадах. та філій,

- організації рекламних компаній,
- відкриття нових напрямків бізнесу
- формуванню портфелів компаній

- управління повним комплексом оперативного та стратегічного маркетингу

Мої вміння:

- вміння визначати чіткі цілі
- вміння визначати необхідні ресурси для їх досягнення
- швидкість мислення разом з блискавичною реакцією на загрози
- здатність працювати під великим тиском та в стресовій ситуації
- навички керувати настроями підлеглих
- здатності раціонально використовувати мінімальні ресурси

МЕНЕ ВІДМІНЮЮТЬ:

- участь у розробці та впровадженні стратегії розвитку компанії на ринку України
- генерування та розвиток бізнес - можливостей
- методологічна та адміністративна підтримка функцій Департаменту розвитку
- розробка та реалізація планів, спрямованих на розвиток компанії
- оперативне управління діяльністю підприємства, контроль роботи підприємства
- організація та запуск нових проектів
- ведення переговорів з державними структурами, фінансовими організаціями та інш.
- розробка та контроль виконання оперативних планів виробництва відповідно до прийнятої стратегії
- оптимізація та контроль бізнес процесів у керуючій компанії та структурних одиницях з метою підвищення ефективності їх роботи
- діагностика всіх виробничих та комерційних процесів;
- планування та забезпечення стратегічного розвитку компанії
- захист прав та інтересів підприємства, представницькі функції;
- оцінка бізнес-процесів та розробка заходів щодо оптимізації;
- контроль бюджетного процесу

Освіта

Одеський державний університет

вища , с 2006 по 2008 (2 року)

спеціальність - економіка та управління підприємствами, Одеса (Україна)

Бізнес Школа, Британський Відкритий університет (OUBS)

вища , с 2001 по 2004 (3 року)

спеціальність - менеджмент/маркетинг, Лондон (Великобританія)

Військово-Морська Академія

вища , с 1993 по 1994 (1 рік)

економіка та управління тилом, Ленінград (СРСР)

Військово-медична академія

вища , с 1985 по 1991 (6 років)

управління ресурсами та технічними засобами, Ленінград (СРСР)

Курси та тренінги

Понад 20 курсів, тренінгів та програм з актуальних тем управління бізнесом, розвитку компаній, розробок стратегій усіх рівнів, створення життєздатних сучасних бізнес-моделей

Володіння мовами

English — досвідчений

<https://novarobota.ua/index.php/ua/resume/direktor-z-prosuvannya-zmitsnennya-biznesu-ta-marketingu-2463>
99