Опубліковано 07 січня 2026р.



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 (10 років 2 місяці)
SMART Холдинг, Україна
(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 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 8 місяців)
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 (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 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, згортання 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 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
•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
• 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 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 снеків (ТМ «Bim Bim») •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-дистриб'юторського 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-напрямках
•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-напрямках 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: Parteck®, Merck KGaA, Blanver Farmoquimica Ltd, TM DANISCO
•Брав діяльну участь та керував проектом M&A ВАТ «Медфарком» та ТОВ «Протек Фарма» з маркетингових та стратегічних питань
•Забезпечив своїм керівництвом у front office збільшення продажів ТМ ROSENTHAL, WEDGWOOD, HAVILAND, WMF, WUSTHOF, SCHOTT, ZWIESEL 1872, RIEDEL, BODUM, ROBBE & BERKING + 19% до плану
•Досяг за рахунок особистих зусиль на переговорах та розробці оригінальних POSM ТМ 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 роздрібної 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 «Beko» 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 strayegicheskomu 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 Президентові 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 ВАТ «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 ВАТ 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
• управлінням 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-246399