

*В рамках изменения бизнес-модели компания «М-Пластик» приступила к реструктуризации собственных бизнес-процессов. Эти изменения призваны повысить качество взаимодействия с текущими клиентскими сегментами и достичь большей результативности в создании дополнительной потребительской ценности компании. В дальнейшем «М-Пластик» планирует расширить свой потенциал за счет фокусирования на новых рыночных нишах и каналах сбыта. Изменения коснутся и внутренней среды компании: ключевые виды деятельности и ресурсы будут оптимизированы с целью повышения рентабельности бизнеса.*

Особое внимание планируется уделить вопросам коммуникаций с действующими и потенциальными клиентами. В первом квартале будет проведен рестайлинг фирменного стиля «М-Пластик» и, в том числе, всего комплекса коммерческих материалов по деятельности компании. Во втором квартале планируется создать и запустить новую версию web-ресурса и существенно активизировать направление интернет-продвижения бренда «М-Пластик».

«В конце 2014 года компания привлекла к сотрудничеству Андрея Коженкова – бизнес-консультанта по вопросам стратегии, маркетинга и коммуникаций. Первым этапом нашего взаимодействия стало проведение комплекса работ по оптимизации продуктового портфеля «М-Пластик». В результате проведенной экспертной работы нам удалось выстроить иерархию эффективности нашего ассортиментного ряда, что, в свою очередь, позволило высвободить существенный объем средств, ранее «замороженных» в складских запасах. Мы ожидаем, что реализация нового этапа трансформации деятельности компании позволит нам в течение первого полугодия 2015 года вывести вопросы стратегического управления, маркетинга и коммуникаций на новый качественный уровень», – прокомментировал предстоящие планы «М-Пластик» Максим Титов, генеральный директор компании.

Андрей Коженков обладает 20-летним опытом работы в сфере маркетинга и коммуникаций. С 1995 года по 2001 год он являлся соучредителем и гендиректором рекламного агентства «Адамант». Впоследствии занимал руководящие должности в коммуникационных подразделениях компаний, работающих на рынках FMCG. В 2005 году стал директором по рекламе и связям с общественностью российского представительства Akai Electric. В 2007 году перешел на работу в страховое общество «Россия». До 2010 года работал начальником департамента рекламы и PR, затем возглавил департамент маркетинга и развития компании. В сентябре 2012 года перешел на работу в «Первую страховую компанию» (после ребрендинга – «БИН Страхование») на должность директора департамента маркетинга и коммуникаций. С 2014 года –

бизнес-консультант по вопросам стратегии, маркетинга и коммуникаций. Окончил Московский институт управления по специальности «Коммерция». Получил диплом MBA по направлению «Маркетинг/Менеджмент» в МИРБИСе. Автор более 50 статей и публикаций в тематике маркетинга, PR и рекламы.

«М-Пластик» с 2006 года работает на рынке дистрибуции одноразовой посуды, упаковочных материалов, товаров для уборки помещений, бумажно-гигиенической продукции, бытовой химии, полиэтиленовых пакетов и мешков для мусора. Компания представляет интересы 40 производителей и развивает сотрудничество с 450 постоянными клиентами.

Информация предоставлена компанией

Источник: [Википедия страхования](#) , 09.02.15