

# ЗВІТ ПРО УПРАВЛІННЯ

2020

—



**ТОВ "ГОЛДЕН ТАЙЛ"**

м. Київ, 03680, вул. Машинобудівна, 50

33735953

## Вступ

Даний Звіт про управління (надалі - Звіт) створений у відповідності до Методичних рекомендацій зі складання звіту про управління, затверджених Міністерством фінансів України, Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність» та Директиви Європейського Союзу «Про щорічні фінансові звіти».

Звіт покликаний відобразити стан та перспективи розвитку **Товариства з обмеженою відповідальністю «Голден Тайл»**, юридична адреса: м. Київ, 03680, вул. Машинобудівна, 50, код за ЄДРПОУ: 33735953 (надалі - ГОЛДЕН ТАЙЛ, компанія), надати інформацію про склад, відповідальність керівних органів компанії та ефективність їх діяльності в рамках досягнення стратегічних цілей компанії, а також охарактеризувати фінансовий стан, результати діяльності компанії, доповнити та пояснити первинні фінансові звіти Компанії.

## Зміст

1. Загальна інформація, опис діяльності та переваги ГОЛДЕН ТАЙЛ .....	3
2. Організаційна структура ГОЛДЕН ТАЙЛ .....	5
3. Система корпоративного управління ГОЛДЕН ТАЙЛ .....	7
4. Результати діяльності ГОЛДЕН ТАЙЛ за 2020 рік .....	10
5. Стратегічні цілі та напрямки розвитку ГОЛДЕН ТАЙЛ на 2021 рік .....	14

## Загальна інформація, опис діяльності та переваги ГОЛДЕН ТАЙЛ

Основу діяльності компанії ГОЛДЕН ТАЙЛ складає продаж керамічної плитки, виробництво якої здійснюється на Харківському плитковому заводі.

Харківський плитковий завод - це найпотужніший в Україні виробник керамічної плитки та керамограніту. Це підприємство з 70-річною історією, що на сьогоднішній день повністю модернізоване та оснащене найефективнішим в світі обладнанням з виробництва кераміки. На заводі встановлено 9 поточно-конвеєрних ліній. Загальна виробнича потужність підприємства становить 24 мільйони квадратних метрів готової продукції на рік, що робить завод найбільшим виробником керамічної плитки в Східній Європі.

ТОВ "ГОЛДЕН ТАЙЛ" - керуюча компанія і офіційний дистриб'ютор продукції Керамічної групи ГОЛДЕН ТАЙЛ є власником торгових марок, під якими розповсюджується товар, та ключовою складовою групи компаній, задіяних у видобуванні сировини, виробництві та реалізації продукції.

### Крім продажу, ГОЛДЕН ТАЙЛ розвиває наступні напрямки діяльності:

- **ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ**  
маркетингова підтримка, розробка та впровадження комплексу заходів, націлених на підвищення продажів та видимості на ринку
- **ДИЗАЙН**  
розробка дизайнів нових колекцій керамічної плитки та керамограніту, власна дизайн-студія, яка розробляє трендові колекції для українського і глобального ринків
- **ЛОГІСТИКА**  
зберігання продукції та її вчасна, чітка і злагоджена доставка замовникам по всьому світу, координація роботи регіональних дистрибуційних центрів в Україні та світі
- **КЛІЄНТСЬКА ПІДТРИМКА**  
сукупність дій, спрямованих на підвищення рівня задоволеності клієнта, розробка та оновлення офіційного сайту
- **РОЗВИТОК**  
розширення експортних можливостей, вихід на нові перспективні ринки

## Переваги ГОЛДЕН ТАЙЛ:

### ТЕХНОЛОГІЧНІСТЬ

Повний цикл виробництва і краще в світі устаткування дозволяють контролювати якість продукції на кожному етапі. Продукція, що постачається ГОЛДЕН ТАЙЛ, виготовлена на підприємстві, де введена та функціонує система контролю якості, ефективність якої підтверджена сертифікатом ISO, що гарантує відповідність продукції, що випускається, жорстким європейським стандартам.

### ДИЗАЙН

Постійне впровадження нових сучасних дизайнів у відповідності зі світовими тенденціями керамічної галузі. Участь в найбільших міжнародних галузевих виставках в Італії та Іспанії. Власна студія дизайну, що розробляє унікальні декори і рішення, які користуються популярністю у всьому світі. Департамент маркетингу і дизайну компанії співпрацює з провідними італійськими дизайн-студіями Tecnografica, Poligraph, SRS, Digital Design, що дозволяє створювати колекції, які враховують глобальні тренди.

### ТРАДИЦІЇ

З часів Трипілля Україна славиться мистецтвом кераміки. ГОЛДЕН ТАЙЛ намагається зберегти та вдосконалити цю спадщину.

### ЛІДЕРСТВО

Сьогодні ГОЛДЕН ТАЙЛ не тільки займає провідні позиції на внутрішньому ринку, але і поставляє українську плитку в більш ніж 30 країн світу.

### ЛОГІСТИКА

В "ГОЛДЕН ТАЙЛ" входять 13 регіональних дистрибуційних центрів (РДЦ) в Україні та за кордоном, у тому числі компанії "Golden Tile Polska" в Польщі і "Golden Tile Distribution UK" у Великобританії. Кожен РДЦ є повноправним підрозділом "ГОЛДЕН ТАЙЛ" і включає в себе торгове представництво та склад. Це дозволяє забезпечувати поставку продукції в оптові та роздрібні торгові точки по всьому світу.

### КЛІЄНТСЬКА ПІДТРИМКА

Один зі стратегічних напрямків Golden Tile - розвиток регіональних дистриб'юторських центрів, підтримка локальних дилерів, салонів та співпраця з кращими забудовниками країни. Компанія вже розпочала серію регіональних конференцій, на яких відбувається презентація нової продукції, особисте знайомство з партнерами та обговорення умов співпраці.

### ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

Ми віримо в те, що виробляти якісну продукцію можуть тільки професійні люди в комфортних умовах. Тому екологія, соціальний захист і розвиток громади - ключові завдання для нас.

## Організаційна структура ГОЛДЕН ТАЙЛ

Організаційна структура ГОЛДЕН ТАЙЛ змінювалася та розвивалася впродовж років діяльності компанії з метою забезпечення найвищих показників ефективності використання ресурсів компанії та налагодження безперебійних бізнес-процесів.

ГОЛДЕН ТАЙЛ продовжує здійснювати пошук найефективнішої організації бізнесу та вдосконалювати свою структуру.

Станом на сьогоднішній день ГОЛДЕН ТАЙЛ організаційно поділений на адміністративно-фінансові відділи, дистрибуційні центри та відділи забезпечення продажів.

Адміністративно-фінансові відділи ГОЛДЕН ТАЙЛ сконцентровані в центральному офісі компанії та забезпечують оперативну поточну діяльність компанії.

Регіональні дистрибуційні центри (ДЦ) та відділи і департаменти по напрямкам продажів відповідають за продажі у відповідних регіонах України та з відповідними клієнтами, що закріплені за кожним з таких центрів та відділів. ДЦ та відділи створені і діють як самостійні структурні підрозділи Товариства та не є окремими юридичними особами публічного права.

Головним завданням ДЦ та відділів з продажу є організація роботи з оптових та дрібно-гуртових продажів товарів, відповідно до визначених бізнес-планом компанії обсягів, забезпечення виконання плану грошових надходжень. Крім того, ДЦ та відділи з продажу:

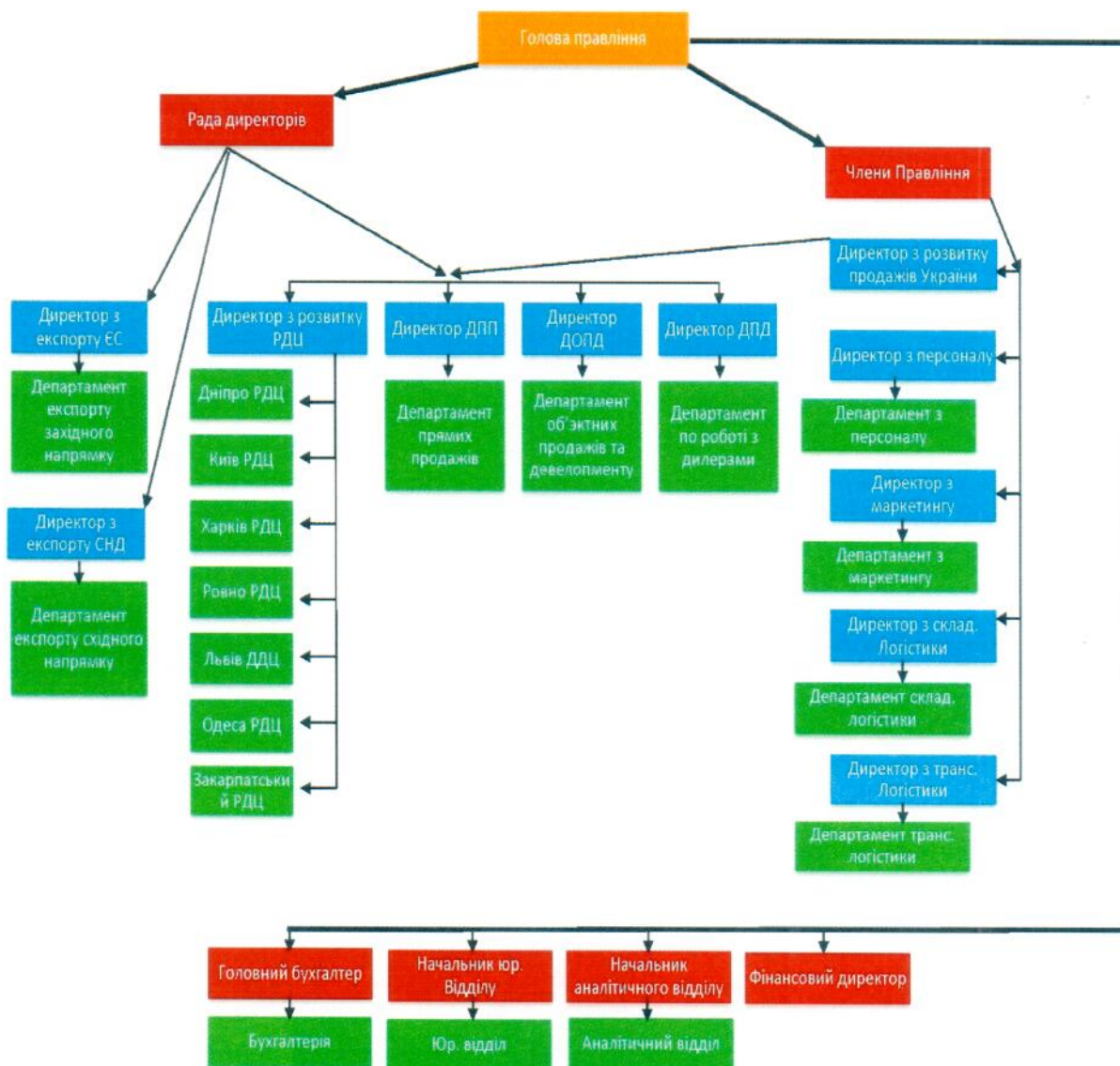
- Організують роботу із забезпечення реалізації маркетингової політики щодо продажу товарів в Україні на закріпленій за Центром території або з відповідними клієнтами.
- Забезпечують своєчасне та повне виконання планових показників продажу та грошових надходжень.
- Організують роботу з формування (в залежності від рівня попиту) асортименту товарів на складах компанії.
- Здійснюють складання (формування) та надання замовлень суб'єктам господарювання (в т. ч. іноземним) стосовно товарів (послуг), які придбаваються компанією.
- Здійснюють прийняття (акцептування) та виконання замовлень суб'єктів господарювання (клієнтів компанії) стосовно товарів (послуг), які продаються (поставляються) компанією.

Команда відділів забезпечення продажів задіяна в організації вчасної доставки та дистрибуції товарів компанії по Україні та в більш ніж тридцять країн Європи, Азії та Перської затоки, Північної Америки (Австрія, Бахрейн, Бельгія, Болгарія, Великобританія,

Німеччина, Угорщина, Естонія, Ізраїль, Канада, Катар, Латвія, Литва, Нідерланди, ОАЕ, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Чехія, Швейцарія, Швеція, Південна Корея).

До переліку клієнтів "ГОЛДЕН ТАЙЛ" входять найбільші роздрібні мережі DIY України та ЄС, серед яких - "Епіцентр", "Нова Лінія", Leroy Merlin, "Олді", OBI, Praktiker, Depo, Bauhof, Baumax, Kingsfisher та багато інших.

Схематичне зображення організаційної структури ГОЛДЕН ТАЙЛ:



## Система корпоративного управління ГОЛДЕН ТАЙЛ

Система корпоративного управління ГОЛДЕН ТАЙЛ є простою та прозорою. Будучи компанією, зареєстрованою в Україні, ГОЛДЕН ТАЙЛ в своїй діяльності керується національними принципами корпоративного управління, рекомендованими до застосування регулюючими органами України. При цьому компанія також прагне до застосування принципів найкращої міжнародної практики.

Корпоративне управління ГОЛДЕН ТАЙЛ побудоване у відповідності до вимог законодавства України та відображає загальні стандарти, за якими регулюються товариства та партнерства з обмеженою відповідальністю. Наразі, ГОЛДЕН ТАЙЛ знаходиться у процесі розробки змін до своїх установчих документів, що ініційовані з метою приведення їх у відповідність до змін у чинному законодавстві, а саме новому закону про “Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю”.


Органами управління ГОЛДЕН ТАЙЛ є Загальні збори учасників та Правління. Загальні збори учасників - це вищий орган управління компанією, що уповноважений приймати будь-які рішення, що стосуються організації діяльності компанії, реорганізації та/або будь-яких інших питань.

Чергові Загальні збори учасників скликаються Головою Правління ГОЛДЕН ТАЙЛ один раз на рік.

Позачергові Загальні збори учасників скликаються Головою Правління або Головою загальних зборів Товариства у наступних випадках:

- у разі неплатоспроможності компанії або виникнення загрози такої неплатоспроможності;
- на письмову вимогу Голови Правління або Голови ревізійної комісії;
- на письмову вимогу одного або більше учасників Товариства, які володіють у сукупності не менш ніж 10 (десятьма) відсотками голосів, у будь-який час і з будь-якого приводу;
- у разі необхідності вирішення питань, що віднесені до компетенції Загальних зборів учасників;
- у будь-яких інших випадках, якщо цього вимагають інтереси компанії.

Якщо протягом 20 (двадцяти) календарних днів Голова Правління компанії не виконує вимогу про скликання Загальних зборів, учасники, які володіють в сукупності більш ніж 10 (десятьма)



відсотками голосів, мають право самостійно розпочати процедуру такого скликання (самостійно скликати Загальні збори учасників).

Правління є колегіальним виконавчим органом компанії, який здійснює керівництво його поточною діяльністю, та займається вирішенням різноманітних питань діяльності компанії, крім питань, що належать до виключної компетенції Загальних зборів учасників компанії.

При формуванні складу Правління ГОЛДЕН ТАЙЛ прагне до встановлення необхідного балансу між досвідом, професіоналізмом, знанням діяльності компанії, а також незалежністю і об'єктивністю в вираженні думок і прийнятті рішень.

Таким чином, до складу Правління ГОЛДЕН ТАЙЛ входить не менше п'яти осіб Членів Правління.

Очолює Правління Голова Правління.

Голова Правління Компанії підзвітний Загальним зборам учасників та організовує виконання їх рішень, керує повсякденною діяльністю Товариства, здійснює поточне управління його діяльністю з урахуванням обмежень, встановлених статутом компанії.

Загальні збори учасників можуть виносити рішення про передачу окремих належних їм повноважень до компетенції Правління.

Керівництво поточною діяльністю компанії передбачає його відповідальність за реалізацію цілей та стратегії компанії.

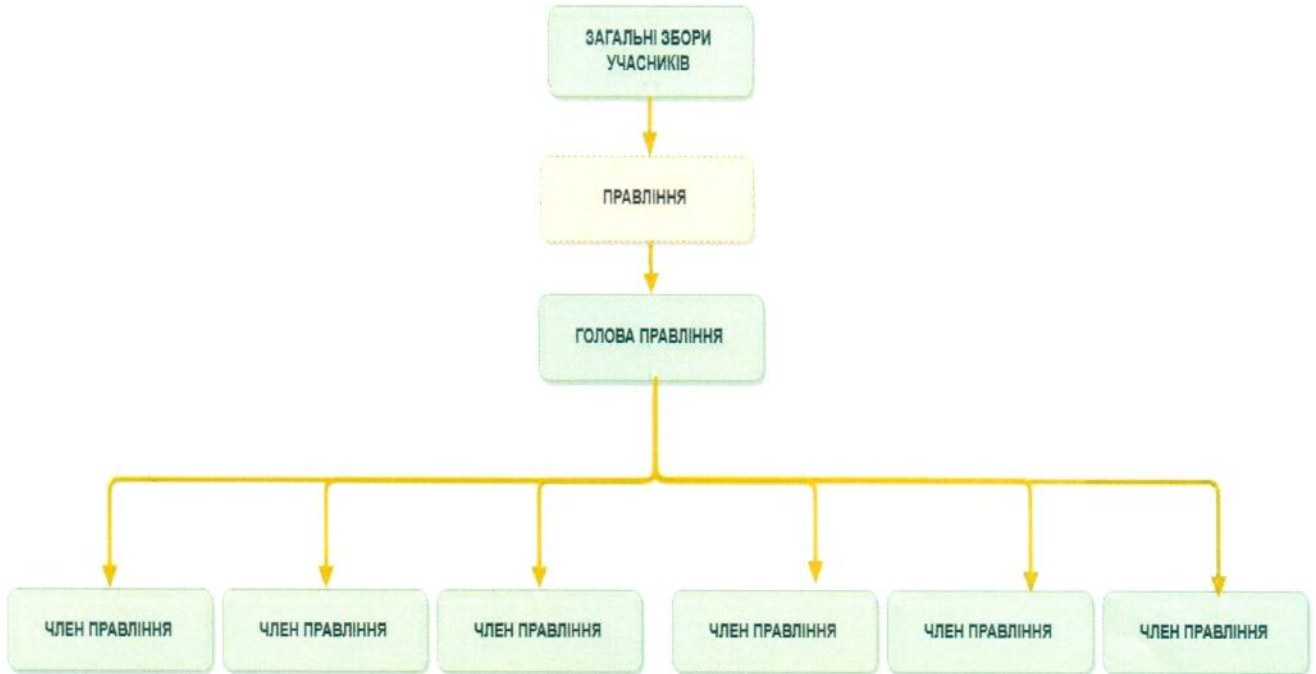
До компетенції Правління відносяться:

- організація виконання рішень Загальних зборів учасників;
- розробка заходів за основними напрямками діяльності компанії;
- розробка та затвердження оперативних планів діяльності компанії;
- вирішення поточних питань організації постачання, збуту, фінансування, розрахунків, обліку і звітності, оплати праці працівників компанії, реалізації технічної та цінової політики, ефективного витрачання коштів, трудового розпорядку та внутрішнього контролю, та ін.

Члени Правління є посадовими особами компанії і несуть відповідальність за рішення, прийняті в межах своїх повноважень.



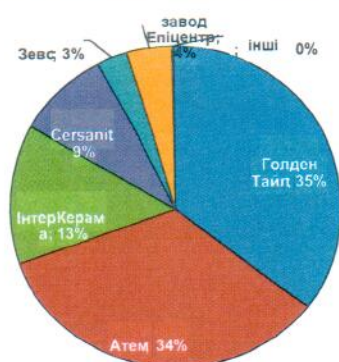
Схематичне зображення системи корпоративного управління ГОЛДЕН ТАЙЛ:



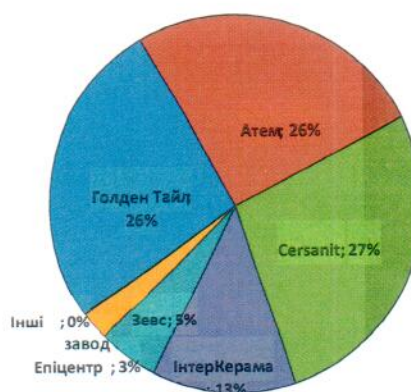
## Результати діяльності ГОЛДЕН ТАЙЛ за 2020 рік

### Місце Голден Тайл на зовнішньому і внутрішньому ринку керамічної плитки України в 2020 р.

Розподіл українського експорту керамічної плитки



Розподіл реалізації на внутрішньому ринку



#### Зовнішній ринок:

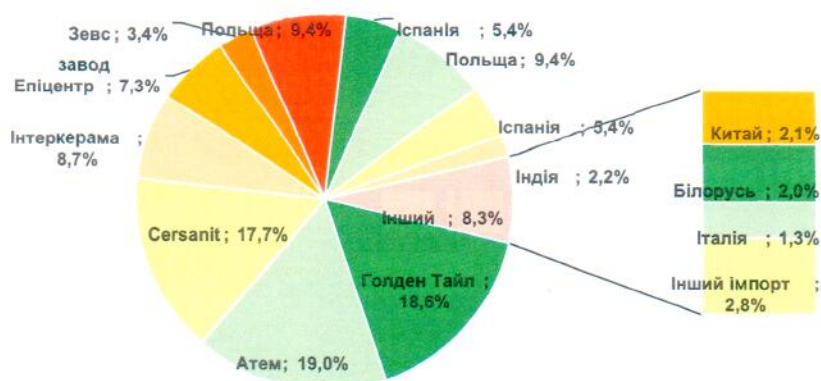
Експорт Української керамічної плитки в 2020 р. збільшився на 18%, повернувшись до рівня 2018 р., і склав 18,2 млн. м<sup>2</sup>. Голден Тайл займає лідируючу частку українського експорту в розмірі 35% (6,5 млн. м<sup>2</sup>), збільшивши експорт порівняно з 2019 р. на 14% або 1,0 млн. м<sup>2</sup>.

Значне зростання експорту Української плитки в 2020р. в країни: Росію - на 25% або 1 300 тис.м<sup>2</sup>, США - на 240% або 1 100 тис.м<sup>2</sup>, Румунію - на 121% або 500 тис.м<sup>2</sup>, Англію - на 101% або 400 тис.м<sup>2</sup>. Голден Тайл значно збільшив експорт в Англію з 364 тис.м<sup>2</sup> до 735 тис.м<sup>2</sup>. Значне зменшення експорту Української плитки в 2020р. в країни: Польща - на 13% або 400 тис. м<sup>2</sup>, Азербайджан - на 24% або 100 тис. м<sup>2</sup>. Голден Тайл, Атем и Зевс сумарно зменшили експорт в Германію на 240 тис. м<sup>2</sup>.

#### Внутрішній ринок:

За поточний період реалізовано 35,3 млн. м<sup>2</sup> продукції внутрішнього виробництва, в т.ч. 8,7 млн. м<sup>2</sup> плитки Голден Тайл, частка якої займає 25% серед українських виробників. Зростання ринку продажів серед українських виробників, без урахування імпорту, склало 7%.

### Розподіл ринку керамічної плитки в Україні в 2020р.



### Виконання планових показників

- В 2020 р. в цілому по компанії було реалізовано 15,2 млн.м2 керамічної плитки. План продажів виконано на 79%. Продажі зросли на 7% порівняно з 2019 р. Всі Торгові марки (ТМ) мають позитивну динаміку порівняно з 2019р.: ТМ Primavera +24%, ТМ Brickstyle +16%, ТМ Terragres +10% і ТМ Goldentile +4%. План що до середньої ціні в цілому по компанії виконано на 95%.
- Надходження виручки та дохід від реалізації плитки ТОВ ГОЛДЕН ТАЙЛ склав 75% від плану. Дохід від продажу плитки збільшився на 11%., від надходжень – на 10% порівняно з 2019р. План по доходах виконали Рівненський регіон - 103% і Львівський регіон - 100%. План надходжень виконав Рівненський регіон - 104%, найбільше зростання надходжень по Відділу Об'єкних продажів.
- Показники Департаменту по роботі з дилерами (ДПД) – план продажів виконано на 90%, що склало 1 347 тис м2 (зменшення відносно 2019 р. 1%); Sellout в дилерських областях склав 1 352 т м2 (приріст порівняно з 2019 р. 19% і 212 т м2).
- План що до середньої ціні ТОВ ГОЛДЕН ТАЙЛ виконано на 95%. Ціна збільшилась з 143,0 грн/м2 в 2019 р. до 150,0 грн/м2 в 2020 р., при плановому показнику 158,0 грн/м2. Приріст склав 4%.

### Важливі заходи 2020 року та їх ефект

- Розпочато роботу більш ніж з 200 торговими точками безпосередньо.
- Проведено аналіз ринку нерухомості, ідентифіковані і ранжовані основні гравці.

- Проведено аналіз ринку по містам мільйонникам по ТОП забудовникам, дизайнерам/архітекторам. Почали співробітництво з забудовниками в різних областях: Жилсбуд 1,2 /Харків/, Триумф /Київ/, Єврохолдінг /Луцьк/, Сучасні Технології /Хмельницький /.
- Підписано більш ніж 180 нових договорів, в т. ч. з забудовниками (Piel, Comfort Life, GEOS, DIM, Синергія, Graf Development, Alef Estate), підрядниками, дизайнерськими і архітектурними бюро і розпочато співробітництво з новими клієнтами в кожному РДЦ, відділі.
- Розширено представленість асортименту ТМ Golden Tile по Україні, шляхом надання обладнання і виклеювання експозицій. Активізовано канал впровадження продукції GT через дизайнерів, архітекторів і проєктантів (AVG, АІММ, Apfel Expert).
- Департаментом по роботі з дилерами досягнуто коефіцієнт проникнення 93% (в порівнянні – на початок співробітництва з дилерами коефіцієнт проникнення складав 48%).
- Розширено представленість ТМ Прімавера по всій Україні, що призвело до збільшення продажів на 40%.
- Департаментом прямих продажів впроваджено нові колекції 2019/2020 року в мережі Леруа Мерлен. Об`єм продажів даних новинок склав 80 тис метрів.
- Клієнти ТОВ «Мир стройки» (мережа магазинів 33 кв.м., Стройка) та Леокераміка переведені до клієнтів ДПП, проведено повну ротацію асортименту, що дало можливість збільшити наступні показники: Sell in 2020/2019 - в 2 рази, Sell out 2020/2019 - на 9%.
- Переформатовано роботу Одеського РДЦ, впроваджено роботу без складу, розроблено проєкт салону.
- Відкрито фірмовий магазин/салон в м. Ужгород, придбано приміщення для організації салону в м. Харків.
- Завершено реконструкцію франчайзингового магазину Руді в м. Кам'янське і бренд-зон Арс Кераміка в м. Кам'янець-Подільський та Агромат в м.Київ.
- Проведено мотиваційні заходи для персоналу клієнтів та Голден Тайл: відвідування виставки «CEVISAMA» Іспанія, навчання та відпочинок в Карпатах.
- Впроваджено систему бонусації для дилерів та великих клієнтів РДЦ і ДПП.

## Впровадження нових колекцій та маркетингу

- Проведено першу регіональну конференцію Golden Tile в м. Одеса. Одеський регіон має величезний потенціал, адже саме тут знаходиться масштабний транспортний хаб. Завдання Golden Tile – створити в регіоні всі умови для того, щоб споживач, обираючи між українською плиткою і плиткою закордонних виробників, віддавав перевагу саме якісній українській продукції.

- Організовано виставку зразків продукції і презентація ТМ Primavera і Liberta на зустрічах з партнерами в містах Одеса, Дніпро, Харків.
- Проведено Міжнародний керамічний пленер "Фенікс" в серпні 2020 в місті Полонне, який став першою галузевою подією такого масштабу. Завдання заходу - нагадати про давні керамічні традиції регіону, показати еволюційний шлях кераміки та взаємозв'язок керамічного мистецтва з сучасним технологічним продуктом - керамічною плиткою.
- Проведено конкурс для студентів Університету ім. Бекетова м. Харків на найкращий дизайн плитки.
- Організовано участь компанії у міжнародній виставці сантехніки і керамічної плитки Chevisama Іспанія, 3-7 лютого 2020р.

#### PRODUCT

- Впроваджено 44 нових колекцій серії LIBERTA 2020, що в 2,4 рази більше, ніж в 2019р.;
  - Впроваджено 118 артикулів, що на 27% більше, ніж в 2019р.;
  - продано 1,2 млн. м2 нових колекцій, що в 2,4 раза більше, ніж в 2019р.;
  - частка нових колекцій в загальному товарообороті зросла в 2 рази і склала 8,3%;
  - Впроваджено ексклюзивні колекції для ключових клієнтів:
- Епіцентр (Україна): впроваджені 2 колекції (5 артикулів) Alessandro 250x400, 400x400, Marmo Gold 300x600,
  - Леруа Мерлен (Україна): впроваджена 1 колекція (1 артикул) 150x600 Chalet,
  - Мосплитка (Росія): впроваджені 2 колекції (2 артикули) Imperial, Calactta Prima 607x607, готова до впровадження - 1 колекція (1 артикул) Pietra 607x607,
  - Adeo (Леруа Мерлен Румунія, Росія, Англія: 1 колекція (3 артикули) 150x900 Intenso Fiber Wood – переможці тендера Adeo,
  - Баусервіс (Росія): впроваджені 10 колекцій (28 артикулів) 150x900 разом з Баусервіс;
    - Випущено 5800 шт. Каталогів продукції (2900 комплектів).

#### DIGITAL Marketing

- Створено нові сторінки Голден Тайл в соціальних мережах Facebook, Pinterest – Україна, та Facebook, Instagram – Польща і Росія.
- Створено візуальний контент: 254 рендери інтер'єрів (130 – продукт, 124 – салони і бренд-зони). Розміщено візуальний контент в інтернет магазинах ключових партнерів.

## Стратегічні цілі та напрямки розвитку ГОЛДЕН ТАЙЛ на 2021 рік

Стратегічною метою Голден Тайл є забезпечення пропозиції найширшого асортименту сучасної плитки та супутніх товарів за цінами, які задовольнятимуть можливості клієнтів з різними рівнями достатку та побажань, в поєднанні з відмінним і компетентним обслуговуванням клієнтів.

Ключовими напрямками для розвитку компанії на найближчі 5 років є:

- Активний розвиток в Україні поряд з розширенням експортної складової та виходом на ринки інших країн у якості сучасної та прогресивної компанії.
- Продаж товарів всім категоріям споживачів з дотриманням високих стандартів сервісу та вибудовуючи сильний оптово-роздрібний бренд, клієнтоорієнтованість.
- Диверсифікація продажів (досягнення розмаїття як клієнтської бази, так і способів доставки продукції).
- Прозорість у взаємодії з стейкхолдерами компанії.
- Участь у соціальному розвитку регіонів, в яких представлена компанія, просуванні найкращих стандартів взаємодії.

Клієнтоорієнтованість є одним з основних пріоритетів стратегії розвитку компанії. В цьому аспекті, компанія має два завдання:

- бути найкращою за рівнем обслуговування клієнтів серед компаній, які постачають керамічну плитку;
- бути в змозі задовольнити потреби усіх категорій споживачів.

Здійснити ці прагнення компанія планує через:

- підвищення культури та якості надання послуг, відкриття, впровадження єдиного стандарту обслуговування клієнтів;
- впровадження нових методів обслуговування клієнтів, у тому числі впровадження Інтернет- обслуговування, розширення можливостей доступу споживачів до товарів шляхом задоволення замовлень через мережу інтернет на оновленому офіційному веб-сайті компанії;
- налагодження зворотного зв'язку для кращого розуміння потреб споживачів.



## Заплановані заходи з розвитку продажів

- Виконання Бізнес Плану з продажів:
  - ДПД - 1420 тис м2,
  - РДЦ - 2 990 тис м2 (+2%) та збільшення частки продажів ТМ Primavera на 1,5% порівняно з 2020р.,
  - ДПП – збереження частки продажів в Епіцентр і Нову Лінію та збільшити продажі і представленість в салонах Агромат і Леокераміка.
- Досягнення рівня середніх цін:
  - в цілому – збільшення середньої ціни на 15-18%,
  - ДПД - 142 грн/м2,
  - РДЦ – 150 грн/м2 (+13%).
- Збільшення частки полиці в кожній Торгівельній Точці (ТТ) min на 30%. Ціль- керувати кожною ТТ в розрізі асортименту і представленості.
- Збільшення представленості асортименту ГОЛДЕН ТАЙЛ по Україні (ДПП, РДЦ і Дилери) шляхом надання обладнання і виклеювання експозицій та створення/ремонт/реконструкції бренд зон в ТТ клієнтів.
- Оперативне впровадження нових колекцій шляхом продажів зі складів РДЦ.
- Впровадження продукції GT на топові об'єкти: Intergal City (Київ), A136 Highlight House (Київ), Philadelphia Concept House (Київ), ЖК Salut! (Київ), ЖК Aria (Київ), ЖК Tourbillon (Київ), в бренд буки 10 найбільших банків, мереж магазинів/салонів в Україні.
- Відкриття салонів в м. Одеса і в м. Харків.
- Налагодження роботи з 294 ТТ безпосередньо, з них 52 ТТ - салони.

- Налагодження співробітництва з компаніями Новий Мир /Дніпро/, Керам Холл, з компанією АНТЕЙ /Одеса/.
- Впровадити програму по відкриттю нових магазинів мережі Дилерів 2021 р. і «Ексклюзивні дилери – Сім'я Голден Тайл».
- Продовження системи бонусації на 2021 р. по дилерам та клієнтам РДЦ і ДПП, впровадження системи мотивації дизайнера/архітектора в салонах.
- Проведення щомісячного аналізу конкурентів в ТТ (формати, ціни, колекції, обладнання, умови роботи).

## Заплановані заходи з популяризації бренду роботодавця та навчання персоналу

- Вдосконалення системи навчання характеристикам нових продуктів та навчальну програму для кадрового резерву з лідерства та основ управління;
- Впродовження розробки системи Корпоративного Університету;
- Впровадження концепції наукового НАВа для потенційних претендентів;
- Розробка нових умов для конкурсу «Найкращий співробітник», «Найкращий менеджер з продажу»;
- Проведення мотиваційних заходів для персоналу ГОЛДЕН ТАЙЛ та клієнтів за підсумками роботи в 2021р.- організація відпочинку, навчання, відвідування виставок.
- Створення ефективної школи торгових представників у кількості 25 чоловік в ТОП 25 маркетах, що має призвести до зростання продажів по даним маркетам на 20% у великих форматах.
- Створення програми тренінгів для продавців та менеджерів з ціллю навчання торгового персоналу.
- Проведення атестацій торгового персоналу, спільно з департаментом з персоналу, 1 раз в 6 місяців відносно знання асортименту, конкурентів, ринку.

## Впровадження нових колекцій та маркетингу

### PRODUCT

- Впровадження затребуваних колекцій, дизайнів, форматів, спецефектів, поверхонь.
- Запуск нових Бриків 250x60x10, з ціллю покращення показників зносостійкості та стійкості до забруднень для розширення сфери використання бриків.
- Формування повного асортименту ТМ PRIMAVERA - впровадити 20 колекцій (78 артикулів).



## PROMOTION

- Організація презентацій Primavera для салонів, нових колекцій Golden Tile для клієнтів в містах Київ, Львів, Одеса, Дніпро, Харків.
- Створення візуального контенту: 240 рендерів і 50 відеороликів для візуалізації продукції, розмістити їх на сайтах Голден Тайл і в інтернет-магазинах партнерів.

## DIGITAL Marketing

- Забезпечення постійного оновлення контенту на сайті Голден Тайл та інтернет магазинах ключових партнерів (Епіцентр, Лео, Арс, 33м2, Леруа, Обі, Меркурій).
- SMM – активне просування в соціальних мережах України, Польщі, Росії: FB, Instagram, Pinterest, Youtube, проводити 1 раз на місяць конкурси для підписників з розіграшем подарунків.
- Створення конфігуратора для сайту Голден Тайл – як інструмента просування бренду Golden Tile, що дозволить будь-якому покупцю легко і швидко підібрати і візуалізувати варіанти готових рішень з плиткою GT в заданих приміщеннях.

Голова Правління  
ТОВ "ГОЛДЕН ТАЙЛ"



Салімонов Д.О.

Головний бухгалтер  
ТОВ "ГОЛДЕН ТАЙЛ"

Петроченко Т.І.