

УДК 65.011  
ББК 65.290-2  
Д12

Перевод Е. Китаевой, А. Лисовского, Ю. Орловой, А. Червякова  
Научный редактор О. Осадчая  
Редактор М. Бурдина

### Дайер Д.

Д12 Procter & Gamble. Путь к успеху: 165-летний опыт построения брендов / Д. Дайер, Ф. Далзелл, Р. Олегарио ; Пер. с англ. — 5-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 524 с.

ISBN 978-5-9614-5785-8

В книге исследован уникальный опыт компании Procter & Gamble по созданию популярных и приносящих высокую прибыль брендов, таких как мыло Ivory и Camay, стиральные порошки Tide и Ariel, шампуни Head & Shoulders и Pantene, подгузники Pampers и т.д. Основа длительного успеха компании — постоянное совершенствование производственных процессов и качества производимых товаров. Научные исследования, использование передовых рекламных и маркетинговых технологий, умение учиться на своих ошибках и смелость в новых начинаниях — неотъемлемые характеристики компаний-лидеров, таких как Procter & Gamble. Это издание можно рассматривать и как увлекательный учебник по экономике крупной корпорации, и как практическое пособие по брендингу, маркетингу и рекламе.

Книга ориентирована на руководителей предприятий, менеджеров по маркетингу и рекламе, бренд-менеджеров, специалистов химической, бумажной, парфюмерной, фармацевтической промышленности, преподавателей и студентов.

УДК 65.011  
ББК 65.290-2

*Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@alpinabook.ru*

ISBN 978-5-9614-5785-8 (рус.)  
ISBN 1-59139-147-4 (англ.)

© The Procter & Gamble Company, 2003  
All rights reserved.  
© Издание на русском языке, перевод, оформление.  
ООО «Альпина Бизнес Букс», 2005  
Издано по лицензии Harvard Business School Press.

# СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие и благодарности .....	7
ПРОЛОГ Эпохи и тенденции в эволюции Procter & Gamble .....	11
ЧАСТЬ 1 <b>Основы, 1837–1945</b> .....	21
Глава 1. Начало, 1837–1890 <i>Procter &amp; Gamble в эпоху товаров широкого потребления</i> .....	23
Глава 2. От произведенных товаров к товарам для потребителя <i>Ivory и рождение бренда</i> .....	37
Глава 3. Собирая элементы предприятия воедино, 1890–1945 .....	59
Глава 4. Наука внутри стиральной машины <i>История бренда Tide</i> .....	85
ЧАСТЬ 2 <b>Наука и продажа потребительских товаров, 1945–1980</b> .....	105
Глава 5. Взрывной рост сектора потребительских товаров .....	107
Глава 6. P&G заново открывает производство изделий из бумаги .....	143
Глава 7. Crest: появление лечебного средства по уходу за полостью рта .....	167
Глава 8. Наследие Огасты, Лимы и Олбани .....	187
ЧАСТЬ 3 <b>Выход на глобальный рынок, 1980–1990</b> .....	207
Глава 9. Конкуренция и глобальная экспансия .....	209
Глава 10. Освоение японского рынка .....	245
Глава 11. «Война подузников» .....	265
Глава 12. En Rio Revuelto <i>Поиск формулы успеха для Мексики и Латинской Америки</i> .....	277
Глава 13. Pantene <i>Создание всемирного косметического бренда</i> .....	297

<b>ЧАСТЬ 4</b>	<b>Конкуренция в сужающемся мировом пространстве:</b>	
	<b>Procter &amp; Gamble после 1990 года</b> .....	319
Глава 14.	Procter & Gamble меняет форму .....	321
Глава 15.	Переписывание правил <i>Изменения в цепи поставок</i> .....	355
Глава 16.	Охват «белых пятен» <i>Procter &amp; Gamble в Центральной и Восточной Европе и в России</i> .....	373
Глава 17.	Ivory, Crest и Olay <i>Заново определяя границы бренда</i> .....	393
Глава 18.	Рецепт для роста производства продуктов для охраны здоровья .....	415
Глава 19.	Проба сил в Китае .....	439
<b>ЭПИЛОГ</b>	<b>Принципы построения брендов</b> .....	461
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ</b>	<b>Приложение 1. Графическая хронология развития компании, подготовленная архивной службой P&amp;G</b> .....	472
	<b>Приложение 2. Обобщенные финансовые показатели 1929–2003 гг.</b> .....	476
	<b>Приложение 3. Даты вывода на рынок некоторых брендов</b> .....	479
	<b>Приложение 4. Проктеры, Гэмблы и руководители компании Procter &amp; Gamble с 1837 года по настоящее время</b> .....	485
	<b>Примечания</b> .....	486
	<b>Об авторах</b> .....	524