



БелЛакт Столица

**Стандарты работы в
нашей компании, КРІ
как инструмент для
анализа и постановки
задач**

Кому и зачем нужны стандарты?

Нужны ли стандарты руководителям? — несомненно, ибо это управленческий инструмент, именно стандартизация делает деятельность «прозрачной» (то есть понятно, кто за что отвечает, и все связно) и «управляемой» (дает гарантии выполнения стратегических и оперативных целей и задач).

Нужны ли стандарты специалистам? — конечно, так как именно стандарты координируют их деятельность и в них устанавливаются требования к результатам этой деятельности.

Нужны ли стандарты простым исполнителям? — нужны, для того чтобы они руководствовались ими как неким сводом правил при выполнении тех или иных работ в тех или иных процессах.

Вот поэтому Наша Компания должна не просто работать, а функционировать в едином русле, в едином формате и достичь этого позволяет именно стандарт.

Безусловно, процесс создания стандартов — процедура долгая и кропотливая, требующая терпения и значительных временных затрат со стороны участников данного процесса.

На протяжении 1,5 года, Беллакт-Столица разработала и внедрила новые стандарты, самые важные мы с вами сегодня рассмотрим:

- **Обслуживания клиентов по телефону- Call-центр**
- **ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ**
- **ММП**

*Любой регламент,
который является
эталонным
образцом
поведения,
последовательнос-
ти действий либо
описанием
идеального
результата-
стандарт
компании.*



1.Обслуживания клиентов по телефону - Call-центр



Для чего создан Call-центр?

Для внедрения единых правил телефонных переговоров , регламентируя взаимодействие сотрудников с клиентами и коллегами.

Стандарт для call-центра:

- 25 результативных звонков в день, с использованием функции «история заказов», которая должна составлять 65% от общего количества принятых заказов.
- Стандарты для специалиста продаж, определены инструкцией.

2.ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ: предотвращение, контроль, возврат



Для предотвращения ДЗ и контроля, Беллакт-Столица разработала стандарт ДЗ на программном уровне.

Рассмотрим алгоритм:

-Распределение клиентов по категориям, по строго определенным критериям.

Категорий клиентов по обороту:

A- 80%
B- 15%
C -5%

Возврат денег по договору(ПРДЗ):

A – до 6%
B 6-9%
C – свыше 9%

Возврат денежных средств (оборачиваемость):

A – до 15 к.д
B – 15-22 к.д
C – свыше 22 к.д



Каждый клиент получает свою категорию, на основании чего мы уже понимаем с кем и в каком направлении нам нужно двигаться..

При этом мы должны контролировать, что бы каждый клиент соблюдал и не нарушал договорные условия, что бы сохранить кредитную историю.

A	AA	AB	AC
B	BA	BB	BC
C	CA	CB	CC

3. MML

- ❑ - MML - minimum must list - список минимально необходимого ассортимента.
- ❑ Стандарт по MML---65%.
- ❑ Критерии:
- ❑ Каждый клиент имеет свою категорию А,В,С .
- ❑ Номенклатуре присваивается категория и МП, который меняется в зависимости от категории ТТ.

		ММ	План активности	Факт активности	Процент активности	Факт активности ММЛ	Процент активности ММЛ
Адрес доставки категория ТТ							
г.Гомель ул. Мазурова, 79		90	20	22	110%	19	95%

1. MML-среднее выполнение всех отгрузок с учетом минимальным количеством отгрузок.
- 2.План активности-плановая частота отгрузок.
- 3.Факт активности-фактическая частота отгрузок.
- 4.Процент активности- отношение плана от факта.
- 5.Факт активности MML-фактическая частота отгрузок, сработанных по стандарту 65%
- 6.Процент активности MML- отношение плана от факта активности MML

Что такое KPI?

- KPI принято переводить как ключевой показатель эффективности. На самом деле, это не совсем верно. Правильнее будет называть его «ключевой показатель результата деятельности», так как английское слово performance включает в себя не только понятие эффективности, но и понятие результативности. При всей кажущейся близости этих терминов, они имеют существенное различие: Эффективность выражает соотношение между достигнутыми результатами и затраченными ресурсами и определяет способность компании к реализации своих целей и планов с заданным качественным уровнем, выраженным определёнными требованиями: временем, затратами, степенью достижения цели. Результативность – это способность предприятия ориентироваться на результат (степень достижения запланированных результатов).
- Таким образом, KPI в значении «ключевой показатель результата деятельности» более объемен и содержит в себе как степень достижения результата, так и затраты на его получение.

Примеры использования КРД



Кроме стимулирования и мотивации сотрудников, KPI используются руководителем как инструмент анализа деятельности подчиненных, помогающий ясно увидеть, на каком этапе работы у его сотрудника провал:

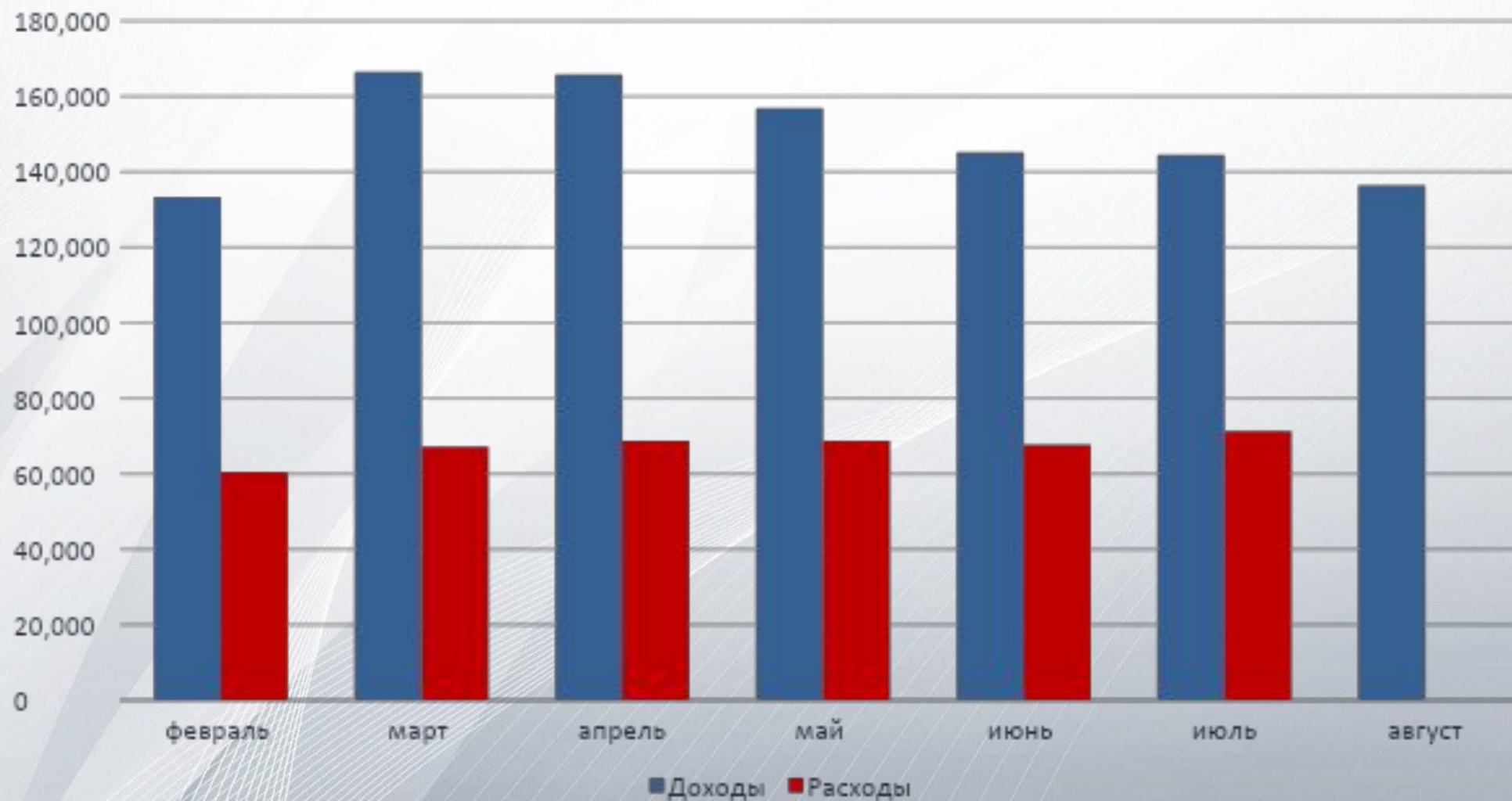
Примером для подразделений в целом нашей компании, служат ключевые показатели :

- Бюджетирование филиала (доход/расход)
- Валовый оборот , руб
- Валовый оборот,тн
- ААД
- Средний заказ на ТТ
- Частота отгрузки
- Результативность посещений/звонков

Все эти моменты и многие другие показатели легко отслеживаются именно по KPI, поэтому вся деятельность продающих подразделений в нашей успешной компании, занимающихся активными продажами, в основном построена на использовании этого индикатора.

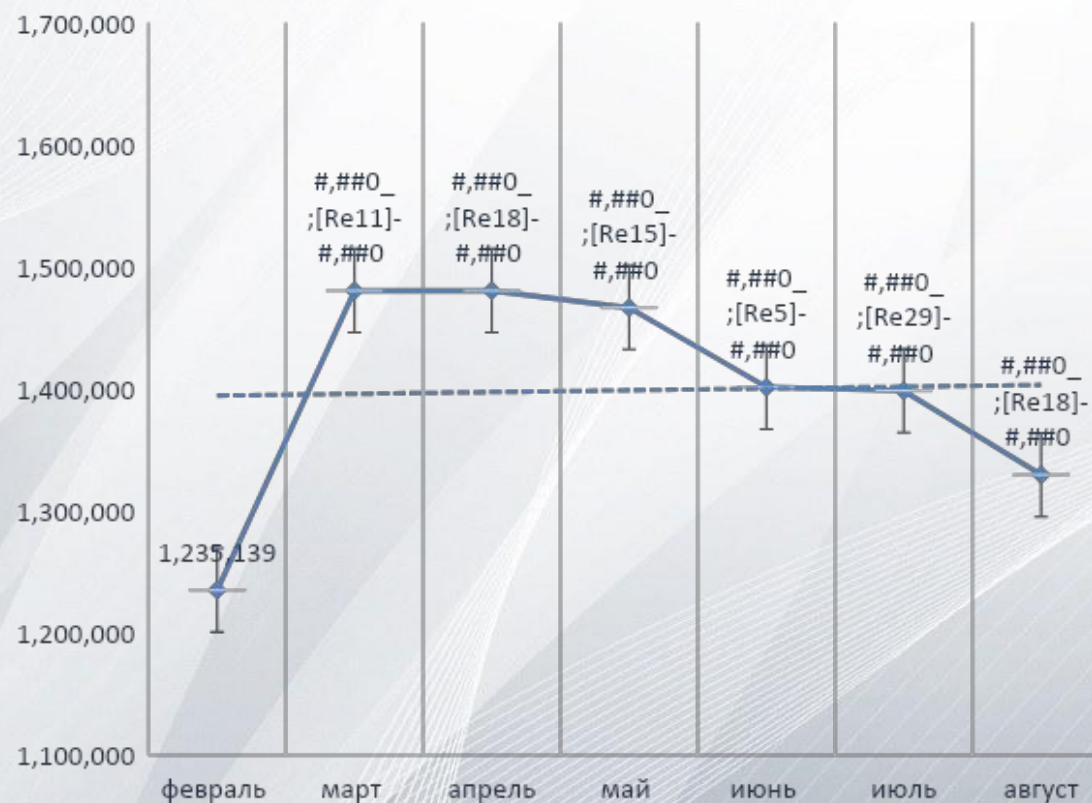
Далее мы рассмотрим примеры, по вышеизложенному:

ДОХОДЫ/РАСХОД

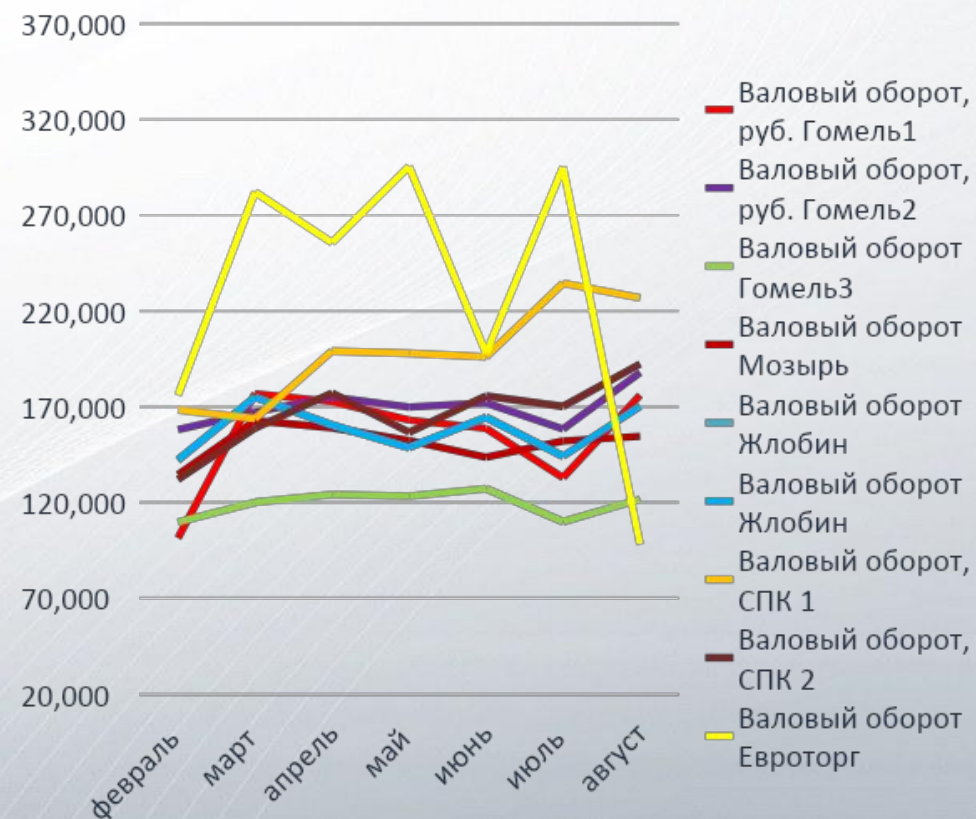


Данные по валовому обороту ФИЛИАЛ №1

Валовый оборот Гомель
(без Розн.клиента)

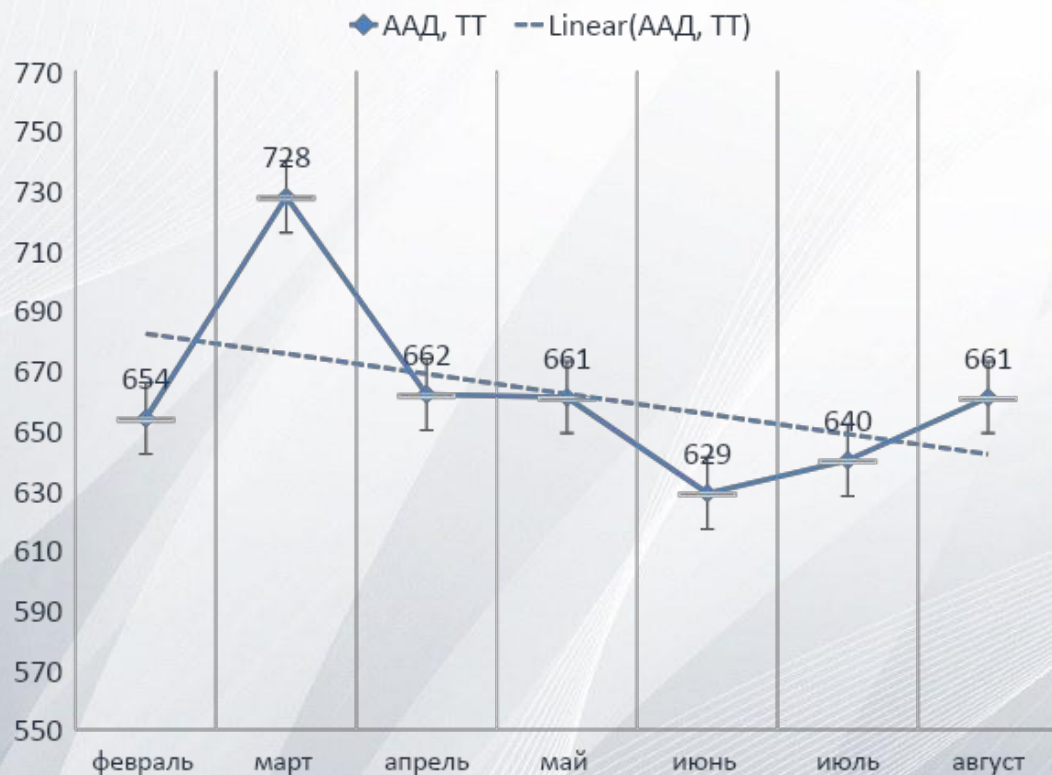


Валовый оборот по ТП ,СПК

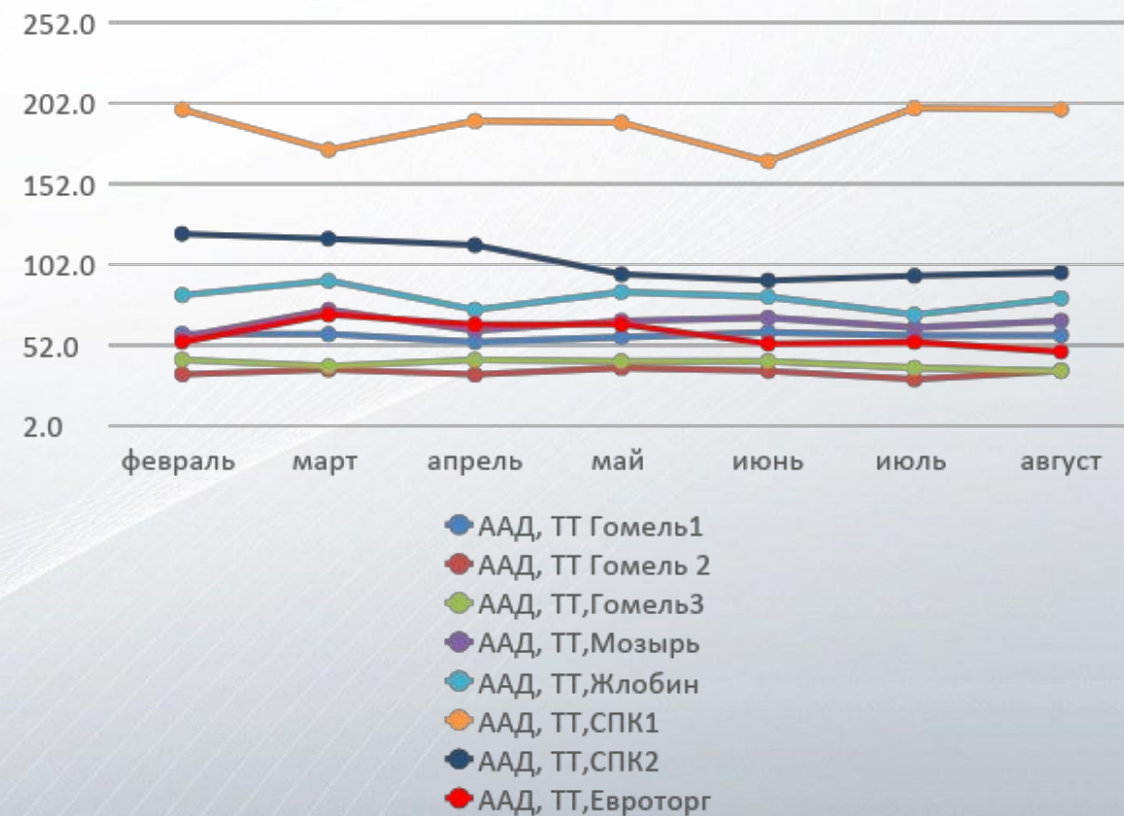


Данные ААД общие и по ТП

ААД, ТТ

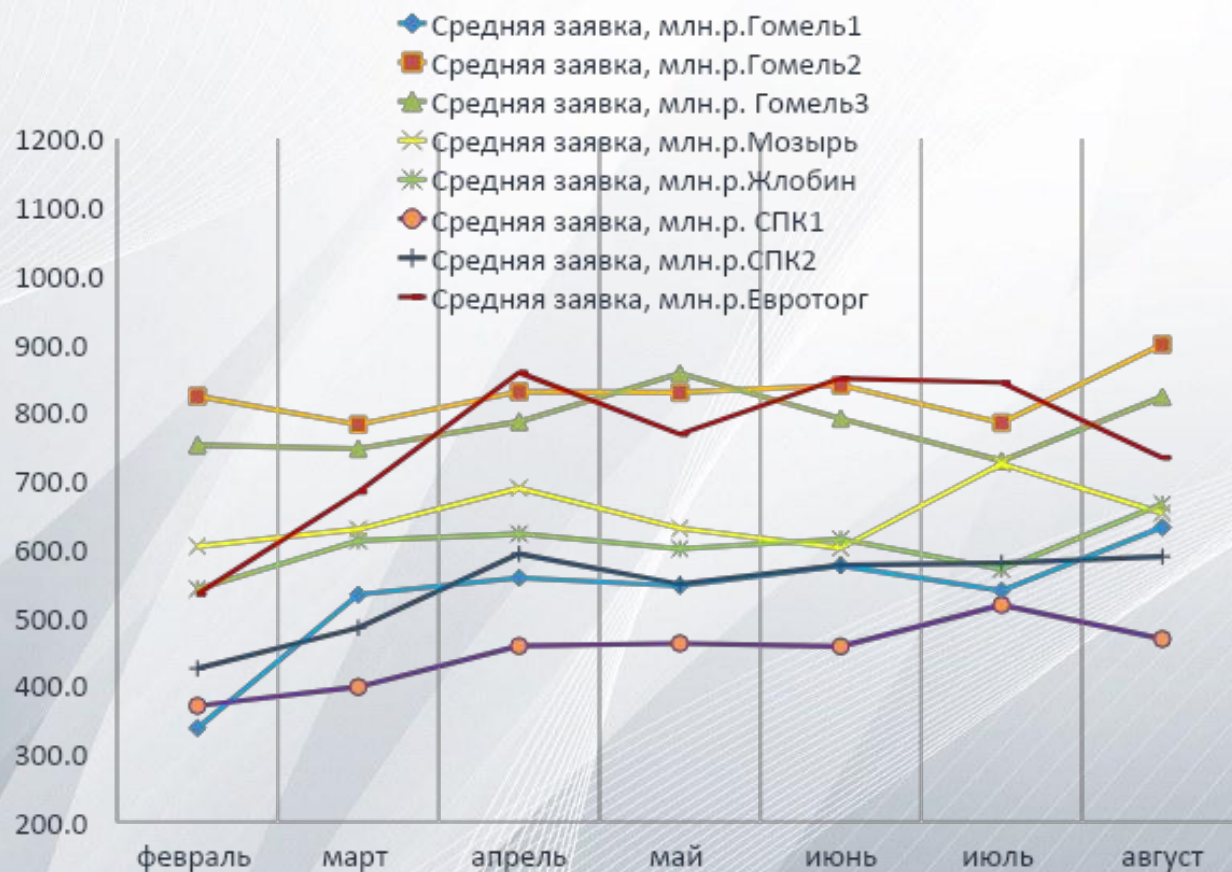


ААД, ТП



ДАННЫЕ О СРЕДНИХ ЗАКАЗАХ И СРЕДНИХ ЗАЯВКАХ

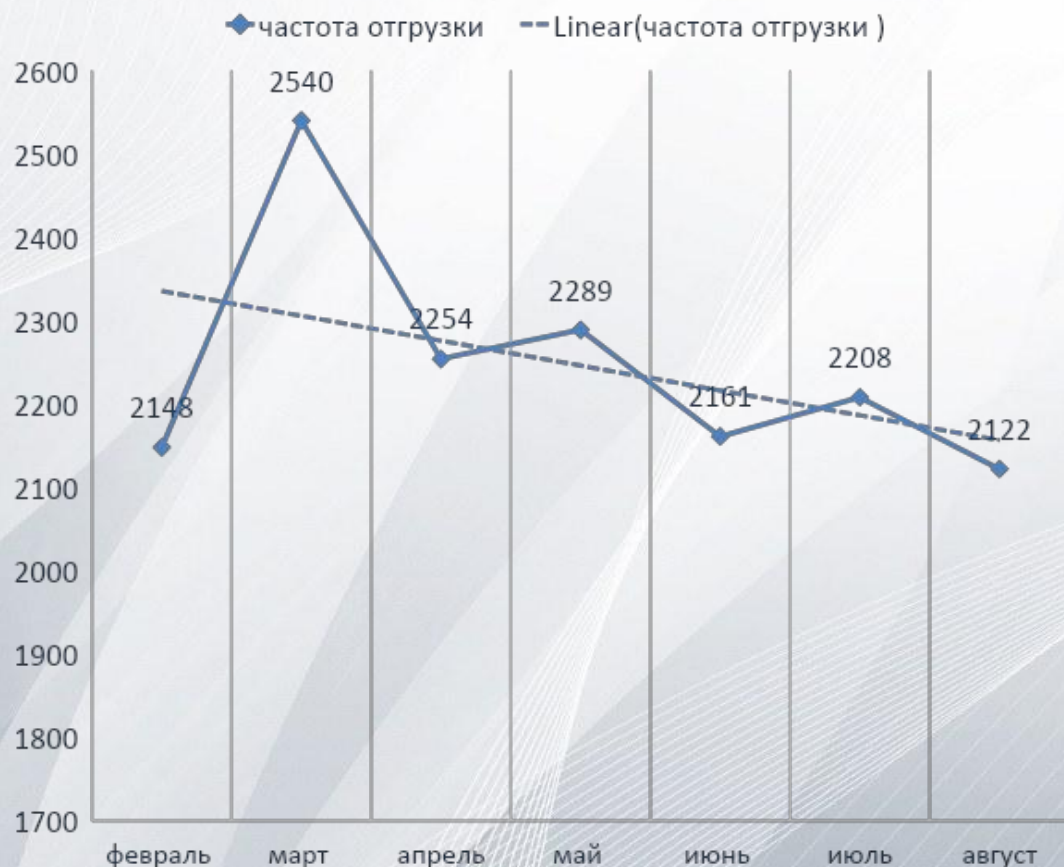
Средняя заявка по ТП



Средняя заявка по филиалу.



Частота отгрузки филиала

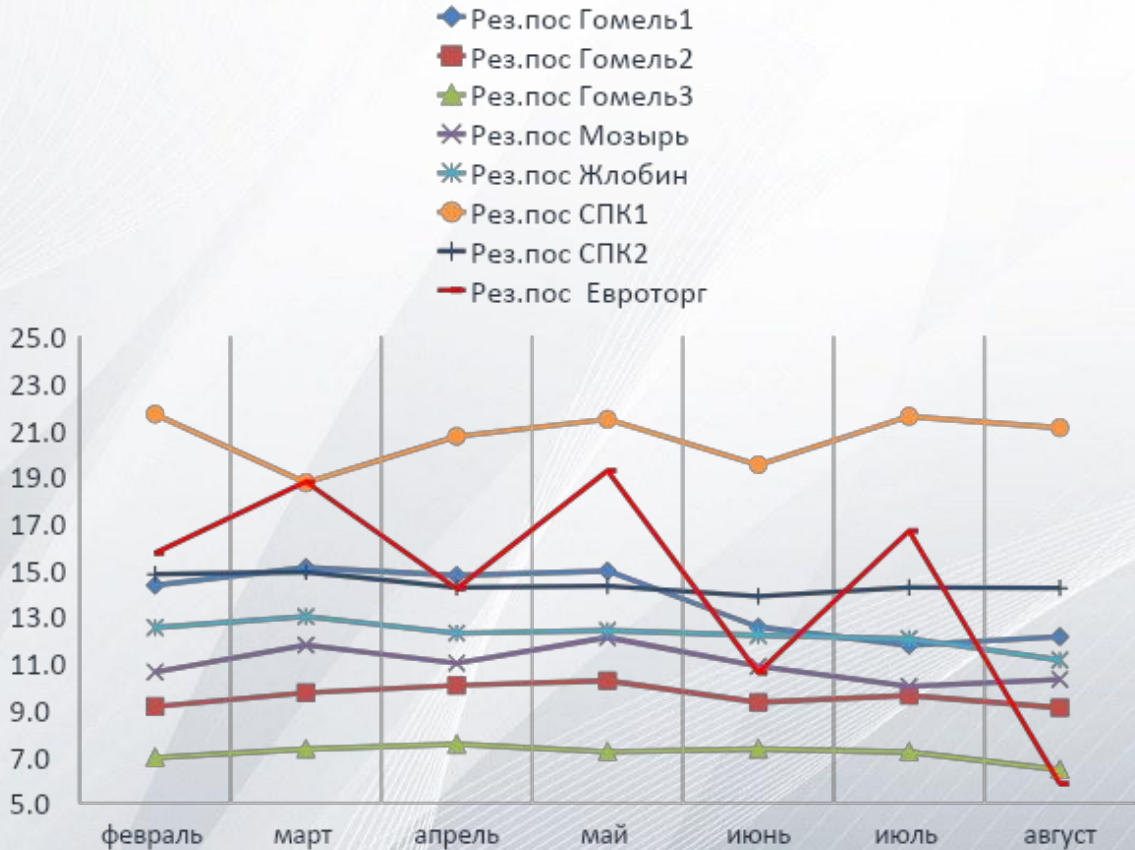


Частота отгрузок по ТП



ДАННЫЕ РЕЗУЛЬТАТИВНЫХ ПОСЕЩЕНИЙ И В РАЗРЕЗЕ ТП

Результативность





**Беллакт
Столица**

**Менеджер отдела продаж
филиал №1**

ООО «Беллакт -Столица»

О.А Терешкова