



«Мы искренне

Любим кормить людей!»

www.7MD.EU

**Маркетинг без
маркетинга.**

**Ритейл. Ресторан. DIY.
Производство.**



Потапенко Дмитрий Валерьевич
МВА, Экономика

Управляющий партнер
Группы Компаний

Management Development Group Inc. (Чехия)



Степень MBA, в California State University (Hayward) Business Economics Option.

Сертификат центра «Det Norske Veritas», «Внутренний аудит систем качества», стандарты ISO 9000:2000.

Свидетельство Московской областной аудиторской палаты, «Международные стандарты бухгалтерского учета и отчетности» IAS/GAAP.

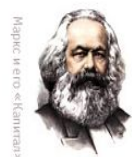
Степень MBA, экономика, ВАВТ при Министерстве экономического развития и торговли.

1995-1998 г. - вице-президент по продажам и маркетингу СНГ и странам Балтии Grundig GmbH.

1998-2001 гг. - вице-президент по инвестиционному развитию, ПБК «КредитИмпексБанк». Генеральный директор ОАО «МЭЗ ДСП и Д» (ТМ «Сходня мебель»)

2001-2003 гг. - заместитель управляющего Группы Компаний «Логос», Генеральный директор компании ООО «Центры оптовых продаж». (ТМ «Хорошие Новости»)

2003-2005 Управляющий РС»Пятерочка», «Карусель» СЗФО и ЦФО



WALLMART.RU
КАК ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ



ГРУППА КОМПАНИЙ ЛОГОС
Распространение печатной продукции в России



**ХОРОШИЕ
НОВОСТИ**

Сеть мини-маркетов прессы

GRUNDIG



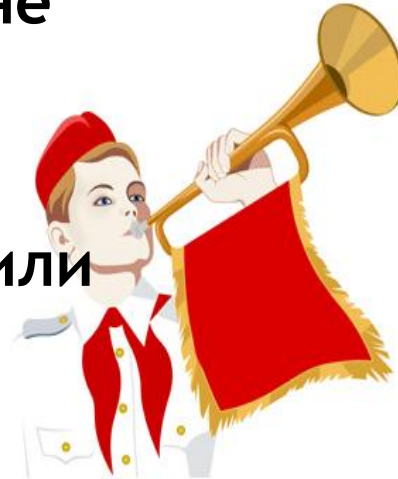
КАРЛ ФОН КЛАУЗЕВИЦ

«Стратегические
просчеты невозможно
компенсировать
тактическими успехами»



Октябрьские тезисы

- То что называют «Кризисом», не грипп и не наводнение.
- Этим невозможно переболеть или переждать или перетерпеть.
- Это глобальное падение Спроса. На Любую продукцию и Услуги.
- Ты Готов?



Потапенко Д.В.

План военной кампании



- Как сократить затраты?
- Как увеличить продажи без роста затрат?
- Как опередить конкурентов?
- Как выбрать оптимальный формат ассортиментной линейки?
- Как усилить воздействие Бренда на продажи?

БАЗОВЫЕ «ПРЕДПРИЯТИЯ»

- Управление
- Продажи
- Исследование
- Обучение
- Развитие
- Безопасность
- Транспортная логистика
- Складская логистика
- Бухгалтерский учет
- Финансовое управление
- Производство



КРІ БИЗНЕСА

Стратегические цели		Ключевые показатели результативности – KPI
Финансы (F)	F1. Повышение эффективности	F1.1. Рентабельность инвестируемого капитала (ROIC), не ниже 20%
	F2. Увеличение прибыли	F2.1. Чистая прибыль, \$
	F3. Рост оборота	F3.1. Оборот, \$
	F4. Минимизация издержек	F4.1. Расходы в БЕ до 15%,
Клиенты и маркетинг (C)	C1. Увеличение продаж	C1.1. Объем продаж,
	C2. Увеличение доли рынка	C2.1. Доля рынка, %
	C3. Увеличение объема покупки	C3.1. Средняя покупка,
	C4. Увеличение частоты покупки	C4.1. Частота покупки постоянных клиентов, раз/неделю
	C5. Увеличение удовлетворенности клиента	C5.1. Величина постоянных клиентов, % C5.2. Индекс удовлетворенности клиента, %
Бизнес-процессы (I)	I1. Уменьшение времени основного процесса	I1.1. Время поставки новинок на торговые точки, часов
		I1.2. Время поставки ассортимента на торговые точки, часов
	I2. Повышение качества основного процесса	I2.1. Процент нарушений регламентов, \$ %
	I3. Увеличение ассортимента	I3.1. Ассортимент, позиций
	I4. Усиление взаимодействия с клиентами	I4.1. Количество владельцев дисконтных карт
		I4.2. Количество информационных писем по e-mail, шт./нед
		I4.3. Количество информационных блоков в Интернет, шт./нед
	I5. Оптимизация розничной сети торговых точек	I5.1. Средняя прибыль торговой точки, \$.
		I5.2. Средний оборот торговой точки, \$.
		I5.3. Количество торговых точек в целом и в разрезе категорий (0, 1, 2 и 3 категории), шт.
I6. Снижение стоимости аренды торговых точек	I6.1. Доля стоимости аренды от оборота, %	

КРІ БИЗНЕСА

	I7. Повышение качества процесса складской обработки товара	I7.1. Процент ошибок при комплектации поставок на торговые точки, %
	I8. Уменьшение стоимости процесса складской обработки товара	I8.1. Стоимость обработки товара на складе, копеек/штука
	I9. Обеспечение своевременности доставки	I9.1. Доля своевременных доставок товара на торговые точки, %
		I9.2. Доля своевременных доставок товара от поставщика, %
	I10. Снижение стоимости доставки	I10.1. Стоимость выполнения одной поставки, \$
	I11. Уменьшение возврата товара	I11.1. Поток товара в штуках/продажи в штуках
	I12. Повышение эффективности товарного запаса	I12.1. Доля потерь рыночной стоимости товара от хранимых, %
		I12.2. Среднемесячный товарный запас, штук
		I12.3. Ассортиментная диффектура товара на торговых точках, %
		I12.4. Доля сверхзапаса от общего товарного запаса, %
	I13. Уменьшение потерь товара	I13.1. Доля потерь товара, %
	I14. Снижение стоимости учета товара	I14.1. Стоимость учета хранимого товара, копеек/штука
		I14.2. Стоимость учета реализованного товара, копеек/штука
Персонал и системы	L1. Развитие компетенций сбытового персонала	L1.1. Средний аттестационный бал продавцов на знания продукта
(L)	L2. Повышение удовлетворенности сотрудников	L2.1. Индекс удовлетворенности персонала
	L3. Повышение эффективности управленческой команды	L3.1. Коэффициент сплоченности управленческой команды
		L3.2. Время затраченное на командообразование, час
	L4. Развитие компетенций управленческого персонала	L4.1. Количество менеджеров, имеющих степень MBA
		L4.2. Количество проведенных семинаров по управлению, шт.

ЗАЛОГ УСПЕХА

- обеспечение всем необходимым

№ П/п	Наименование товара	Кол-во
1	Оформление торгового зала	
2	Бумага А-4	1
3	Калькулятор	2
4	Маркер черный	2
5	Выделитель текста	1
6	Ручка шариковая черная	4
7	Ручка шариковая синяя	5
8	Ручка шариковая красная	2
9	Карандаш	5
10	Степлер №10	2
11	Дыракол	1
12	Скобы №10	3
13	Регистратор 80 мм	3
14	Пластиковый скоросшиватель	2
15	Уголок (папка)	2
16	Накладные	3
17	Товарный чек	3
18	Препроводительная ведомость	3
19	КПО	3
20	КРО	3
21	Тетрадь А-4	1
22	Штрих	2
23	Ножницы	2
24	Штамп магазина	2
25	Клей-карандаш	2
26	Нож складской	5
27	Скотч упаковочный	6
28	Скотч узкий	2
29	Ластик	2
30	Резинки для денег	1
31	Блок-кубик	2
32	Блок-кубик запасной	1

№ П/п	Наименование товара	Кол-во
33	Подставка для ручек	1
34	Накопитель горизонтальный	2
35	Линейка	2
36	Файлы	100
37	Точилка механическая	1
38	Табурет в примерочные	
39	Этикет пистолет	2
40	Лента для этикет пистолета	10
41	Пины	2
42	Иглы к регулярам	1
43	Телефонный аппарат	2
44	Пломбиратор	1
45	Шлагат	16
46	Пломбы	1кг
47	Сейф	1
48	Чековая лента	1кор
49	Парогенератор	1
50	Микроволновка	1
51	Чайник	1
52	Набор инструмента	1
53	Номерки для примерочных	
54	Галантерейный набор	1
55	Швабра выжимная	1
56	Швабра с картриджем	1
57	Щётка для пола	1
58	Ведро	1
59	Тряпка для пола	7п/м
60	Освежитель воздуха	1
61	Мыло	2
62	Совок	1
63	Ср-во для стёкол	2
64	Резинка для окон	1

№ П/п	Наименование товара	Кол-во
65	Стремянка 8 ст	1
66	Стремянка 4 ст	1
67	Мешки 60 л	3
68	Аптечка	1
69	Порошок для мытья пола	3
70	Перчатки резиновые	10
71	Коврики в примерочные	
72	Корзина для бумаг зеленая	2
72	Корзина для бумаг зеленая	2
73	Настенная демонстрационная система	1
74	Огнетушители	
75	термо лента для штрих-принтера	100
76	Стол	1
77	Стул комп.	1
78	Стол хозяйственный	1
79	Табуретки деревянные	
80	Машинка для пилинга	2
81	Шторы в примерочные	
82	Непредвиденные расходы	
83	Складское оборудование	
84	Шкаф для обеденной зоны	
85	Холодильник	1
86	План эвакуации	1
87	Набор шестигранников	1
88	Музыкальная система	1
89	Противокражная система	1
90	Сканер	1
91	Комплект оргтехники:	
92	(комп_монитор_клавиат_мышка_принтер_штрих-принтер)	2
93	Рожок для обуви	2
94	Договор телефон	

Служба запуска

Наш Основной БП

1. Приход клиента
2. Встреча клиента
3. Получение заказа
4. Приготовление пиццы
5. Сервировка стола
6. Обслуживание клиента
7. Получение оплаты
8. Проводы клиента
9. Сопровождение клиента

«КАРТИНКИ С ВЫСТАВКИ» РЫНОК КАК ОН ЕСТЬ.

Украина, Кыргызстан, государство «Московия»,
государство «С. Петербург», остров «Калининград»,
государство «Российские регионы»

Сетевые Рестораны (Фаст-фуд)

- ⦿ а) Неудачное месторасположение
- ⦿ б) Отсутствие концепции - неясен клиент-гость
- ⦿ в) «Плывет» формат: не соблюдаются стандарты
- ⦿ г) Расстановка оборудования и дизайн делают поставщики оборудования
- ⦿ д) Крайне высокие издержки

Поводки для покупателя



- Отпуск / командировка / выходные
- Подарок к празднику (календарному, профессиональному, личному)
- Начало учебного / дачного / спортивного сезона
- Ремонт квартиры / дачи /офиса
- Распродажа / подарки / специальные предложения
- Дополнительный сервис (доставка, гарантии, установка, кредит)
- Составьте четкий график сезонных акций и выхода соответствующего каталога
- Требуйте от подрядчиков безусловного соблюдения запланированных сроков распространения товара (до начала акции)

Универсальный солдат ТП и СВ



- Подготовка ТП
- Акцент на «продающих» моментах
- Предложения - хиты
- Цепляющий слоган
- Систематизация для клиента

Алгоритм действия ТП (М) во время визита в ТТ.

- 1. Настроиться перед визитом в ТТ – отключившись от всех отрицательных мероприятий, прошедших до визита. Приветствовать всех заинтересованных людей в выкладке, заявке, оплате, сделав комплимент, информацией о конкурентах или на отвлечённые темы, чтобы начать контакт.**
- 2. Раздеться, переодеться при необходимости.**
- 3. Пройти в торговый зал.**
- 4. Посмотреть на полки с продукцией ВП (чего не хватает, чего нет).**
- 5. Пройти на склад (к сотруднику по решаемому вопросу): обозначить цель встречи.**
- 6. Поднять (сделать заявку) позиции, которых нет или не хватает, в торговый зал.**
- 7. Провести творческие мероприятия (мелкие подарки с целью занятия лучших мест с максимальным количеством фэйсов, мах заявки).**
- 8. Выложить продукцию ВП, протереть банки и полки с нашей продукцией.**
- 9. Переставить ценники.**
- 10. Заполнить накопитель продукции ВП.**
- 11. Прибрать рабочее место (не мешать покупателям ТТ, предлагать продукцию ВП, раскрывая её преимущества).**
- 12. Посмотреть остаток ВП, с целью рекомендации товароведу на планируемую заявку.**
- 13. Подойти к товароведам (лицам, которые отвечают за выкладку и заявку).**
- 14. Узнать, какое количество заказано товароведом по тем позициям, которых мало представлено или нет.**
- 15. Рекомендовать увеличить заявку.**
- 16. Если товаровед не соглашается, попытаться переубедить.**
- 17. Если товаровед, по-прежнему, не соглашается, то позвонить ТП (СВ).**
- 18. Попрощаться, обозначить дату следующего визита.**
- 19. Переодеться, одеться.**

Что удобно клиенту?



- В отличие от кафе и ресторана а) имеется возможность визуального контроля за приготовлением блюд б) быстрого выбора, что наиболее актуально в обеденное время.

«Управление - это искусство
заставлять других делать
то, что ты хочешь, так,
чтобы они думали, будто
сами хотят делать это»

Дуайт Эйзенхауэр

КОНТАКТЫ

Компания: **Management Development Group Inc. Česká republika**

Web: www.7MD.eu

E-mail: info@7md.eu

Тел в Москве: **+7 (495) 518 61.61**

Тел в Праге: **+420 775 777 475**

www.7MD.eu

+7 495 518.61.61