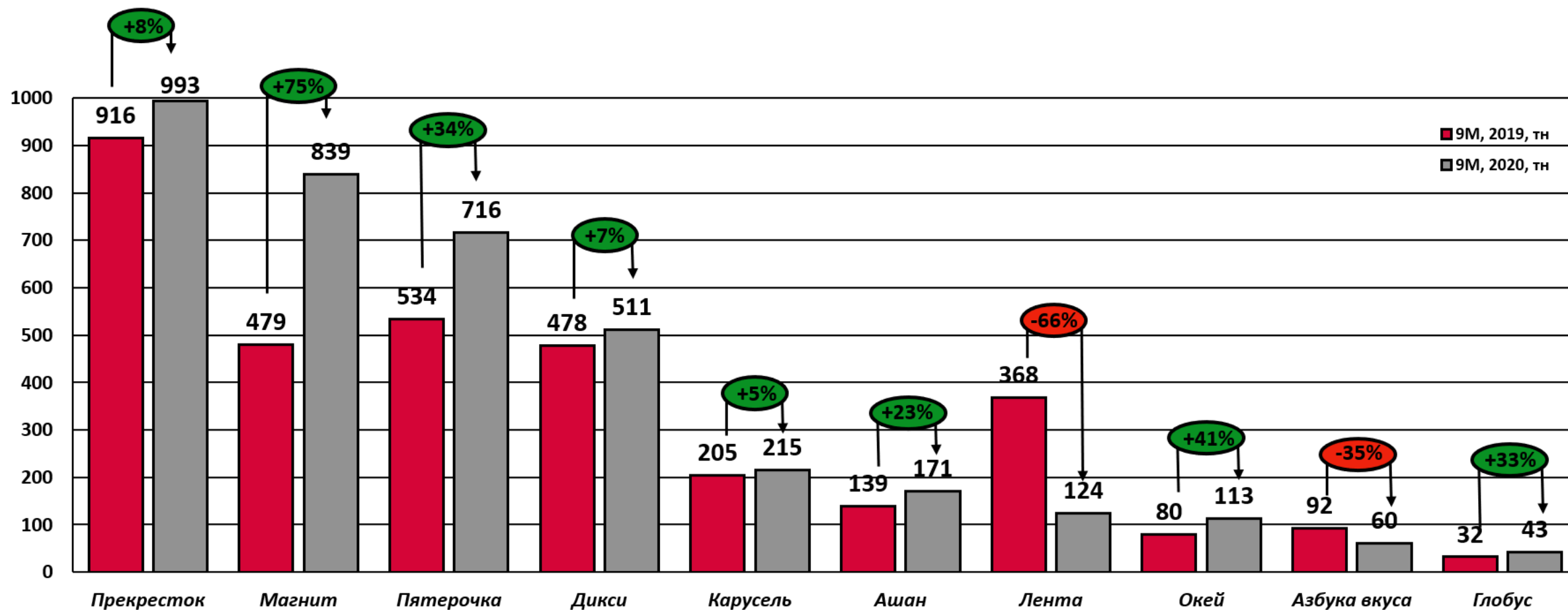


Создание эффективной презентации



Динамика продаж по торговым сетям в Москве и МО



- ❖ Магнит – лидер по росту продаж. Прирост относительно прошлого года составил **75%**
- ❖ Все сети показывают положительную динамику, кроме Ленты и Азбуки Вкуса
- ❖ Максимальная отрицательная динамика в Ленте. **-66%** относительно прошлого года



Динамика продаж

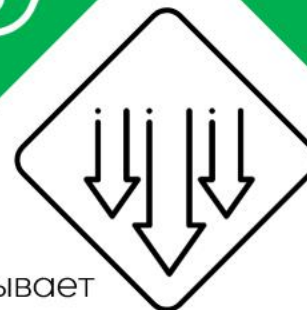
по торговым сетям в Москве и МО

Все сети показывают
положительную динамику,
кроме Ленты и Азбуки Вкуса



Магнит – лидер
по росту продаж
к прошлому году

+75%



Лента – показывает
максимально отрицательную
динамику к прошлому году



Шоколадные батончики. Анализ конкурентов, Россия, сентябрь 2021



Название бренда	Доля бренда в продажах, %		Доля бренда в объеме, %		Цена за кг, руб.		Продажи, тыс. руб.			Продажи, тонны		
	2021	2021 vs 2020, пп	2021	2021 vs 2020, пп	2021	2021 vs 2020, %	2020	2021	2021 vs 2020	2020	2021	2021 vs 2020
YamYam	14,6	2,1	9,4	2,4	1510	-4%	434 740	388 160	-11%	278	256	-8%
Mr. Nut	12,3	-1	9,3	-0,7	1295	-6%	350 542	327 610	-7%	258	253	-2%
Cacao Dream	9,3	1	9,5	1,2	950	-7%	214 720	246 928	15%	214	259	21%
Gracias	6,1	0,6	6,7	1,2	890	-14%	146 331	162 427	11%	143	183	28%
ChocoBoom	5,5	0,1	8,3	1,3	640	-20%	140 785	145 140	3%	175	226	29%
Mocao	5,2	0,5	2,5	0,1	2080	4%	123 487	138 305	12%	62	67	8%
Kraft Choco	3,9	1,1	4,1	1,5	925	-8%	74 669	103 790	39%	74	112	51%
Donatello	2,3	0,4	1,5	0,4	1490	-12%	52 390	64 440	23%	30	42	40%
MilkyBar	2,3	0,1	3,3	0,3	660	3%	50 483	60 580	20%	78	91	17%
Tasty Swiss	1,8	0,2	2,4	-0,2	720	3%	48 804	48 300	-1%	268	256	-4%

- **YamYam бренд #1**, доля бренда в продажах - **14,6%**
- **Cacao Dream** – лидер по доле бренда в объеме (**9,5%**), рост продаж в объеме (**+21%**), при доле бренда в продажах (**9,3 %**)
- **Craft Choco** – усилил свои позиции и является лидером роста продаж в объеме (**+51%**) и в деньгах (**+ 39%**), при доле бренда в продажах (**3,9 %**).



Шоколадные батончики

Анализ конкурентов, Россия, сентябрь 2021

YamYam #1

Доля бренда в продажах - 14,6%



9,5% лидер по доле бренда в объеме

+21% рост продаж в объеме

9,3% доля бренда в продажах



+51% лидер роста продаж в объеме

+39% лидер роста продаж в деньгах

3,9% доля бренда в продажах

Название бренда	Доля бренда в продажах, %		Доля бренда в объеме, %		Цена за кг, руб.		Продажи, тыс. руб.			Продажи, тонны		
	2021	2021 vs 2020, пп	2021	2021 vs 2020, пп	2021	2021 vs 2020, %	2020	2021	2021 vs 2020	2020	2021	2021 vs 2020
YamYam	14,6	2,1	9,4	2,4	1510	-4%	434 740	388 160	-11%	278	256	-8%
Mr. Nut	12,3	-1	9,3	-0,7	1295	-6%	350 542	327 610	-7%	258	253	-2%
Cacao Dream	9,3	1	9,5	1,2	950	-7%	214 720	246 928	15%	214	259	21%
Gracias	6,1	0,6	6,7	1,2	890	-14%	146 331	162 427	11%	143	183	28%
ChocoBoom	5,5	0,1	8,3	1,3	640	-20%	140 785	145 140	3%	175	226	29%
Mocao	5,2	0,5	2,5	0,1	2080	4%	123 487	138 305	12%	62	67	8%
Kraft Choco	3,9	1,1	4,1	1,5	925	-8%	74 669	103 790	39%	74	112	51%
Donatello	2,3	0,4	1,5	0,4	1490	-12%	52 390	64 440	23%	30	42	40%
MilkyBar	2,3	0,1	3,3	0,3	660	3%	50 483	60 580	20%	78	91	17%
Tasty Swiss	1,8	0,2	2,4	-0,2	720	3%	48 804	48 300	-1%	268	256	-4%

Источник: вымышленные данные Bonnie&Slide Foods

Электронный документооборот

Сейчас

Долгий обмен. Ритейл вынужден ждать оригиналы документов. Потеря времени 1-2 недели

Человеческий фактор. Заявитель заполняет форму руками, рискуя ошибиться. Потеря времени до 1 недели

Порядок проверки. Возможный риск получить неполный комплект документов. 2 недели

Задержки в подписи. из-за отсутствия валидатора в офисе. До 3-х дней

Непонятный статус. О статусе создания документа приходится сообщать письменно

Ручной ввод. Бухгалтер вводит данные вручную в SAP, рискуя совершить ошибку

Будет

Электронная почта. Поставщики и сотрудники могут отправить сканы документов по электронной почте. 1 день.

Автоматическое заполнение большинства полей. Имя, юридический адрес, номер телефона, налоговый номер, название банка.

Проверка потока. Наличие вложенных документов проверяется. Платежеспособность и выписка из реестра загружаются автоматически. До 3-х дней

Удаленная подпись. Валидатор может подписать запрос удаленно

Онлайн-статус подписи документов и моментальные уведомления

WF - SAP интерфейс. Бухгалтер проверяет, контролирует банковский счет и вводит некоторые технические данные в SAP

Выгоды

Ускорение всех процессов на 3 недели

Сокращение FTE с 15 до 6

Экономия около 750 тыс. руб. в мес.

Онлайн-контроль состояния подписей

Полный архив документов в электронном виде

Как экономить около 750 000 руб в месяц

Электронный документооборот

Прошлые



Долгий обмен

Ритейл вынужден ждать оригиналы документов. Потеря времени 1-2 недели



Человеческий фактор

Заявитель заполняет форму руками, рискуя ошибиться. Потеря времени до 1 недели



Порядок проверки

Возможный риск получить неполный комплект документов (2 недели)



Задержки в подписи

из-за отсутствия валидатора в офисе (до 3-х дней)



Непонятный статус

О статусе создания документа приходится сообщать письменно



Ручной ввод

Бухгалтер вводит данные вручную в SAP, рискуя совершить ошибку



Будущее



Электронная почта

Поставщики и сотрудники могут отправить сканы документов по электронной почте (1 день)



Автоматическое заполнение

большинства подписей. Имя, юридический адрес, номер телефона, налоговый номер, название банка



Проверка потока

Наличие вложенных документов проверяется. Платежеспособность и выписка из реестра загружаются автоматически до 3-х дней



Удаленная подпись

Валидатор может подписать запрос удаленно



Онлайн-статус

подписи документов и моментальные уведомления



WF - SAP интерфейс

Бухгалтер проверяет, контролирует банковский счет и вводит некоторые технические данные в SAP

Ускорение
всех процессов
на 3 недели



Сокращение

FTE

с 15 до 6



ЭДО



Онлайн-контроль
состояния подписей



Полный архив
документов в эл. виде

Microsoft Office



Excel

для работы с электронными таблицами, возможностью статистических расчетов и графические инструменты



Word

для создания, просмотра и редактирования текстовых статей, деловых бумаг, а также иных документов



PowerPoint

для создания, подготовки и просмотра презентаций, что бы рассказать свою историю через отображение на экране

Зачем презентация?



Рассказать историю
с целью
достижения результата



Рассказать
о достижениях

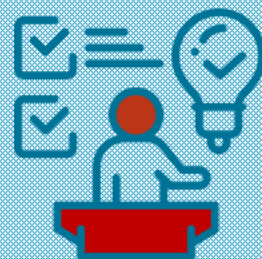


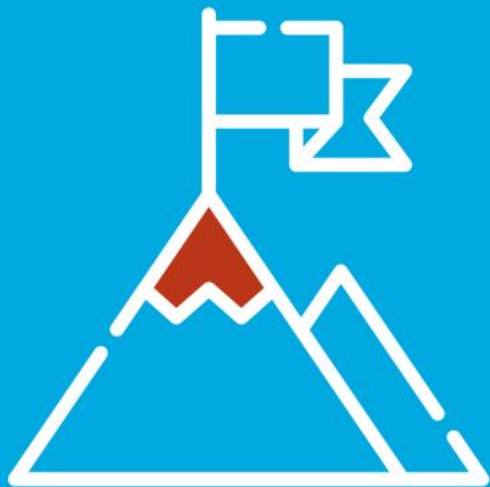
Продать
новый продукт



Раскрыть
проблематику

И какой бы презентация ни была, она должна заканчиваться выводами и дальнейшими шагами





НАУЧИТЬСЯ

работать в программе

для тех, кто знает –
повторить и вспомнить

для тех, кому что то новое –
освоить базовые навыки

Power Point

базовый принципы





ПОСТРОЕНИЕ СЛАЙДОВ

по единому принципу
форматирования объектов
через панель инструментов



Текст

мысли, идеи,
сгруппированные
в текстовые блоки



Фигуры

дополняют слайд
и усиливают
восприятие



Графики

преобразование
свода данных
из таблиц



Цвета

сочетание
и подбор
цветовой палитры



Фото

подбор тематических
изображений с высоким
разрешением 1920*1080 пикс



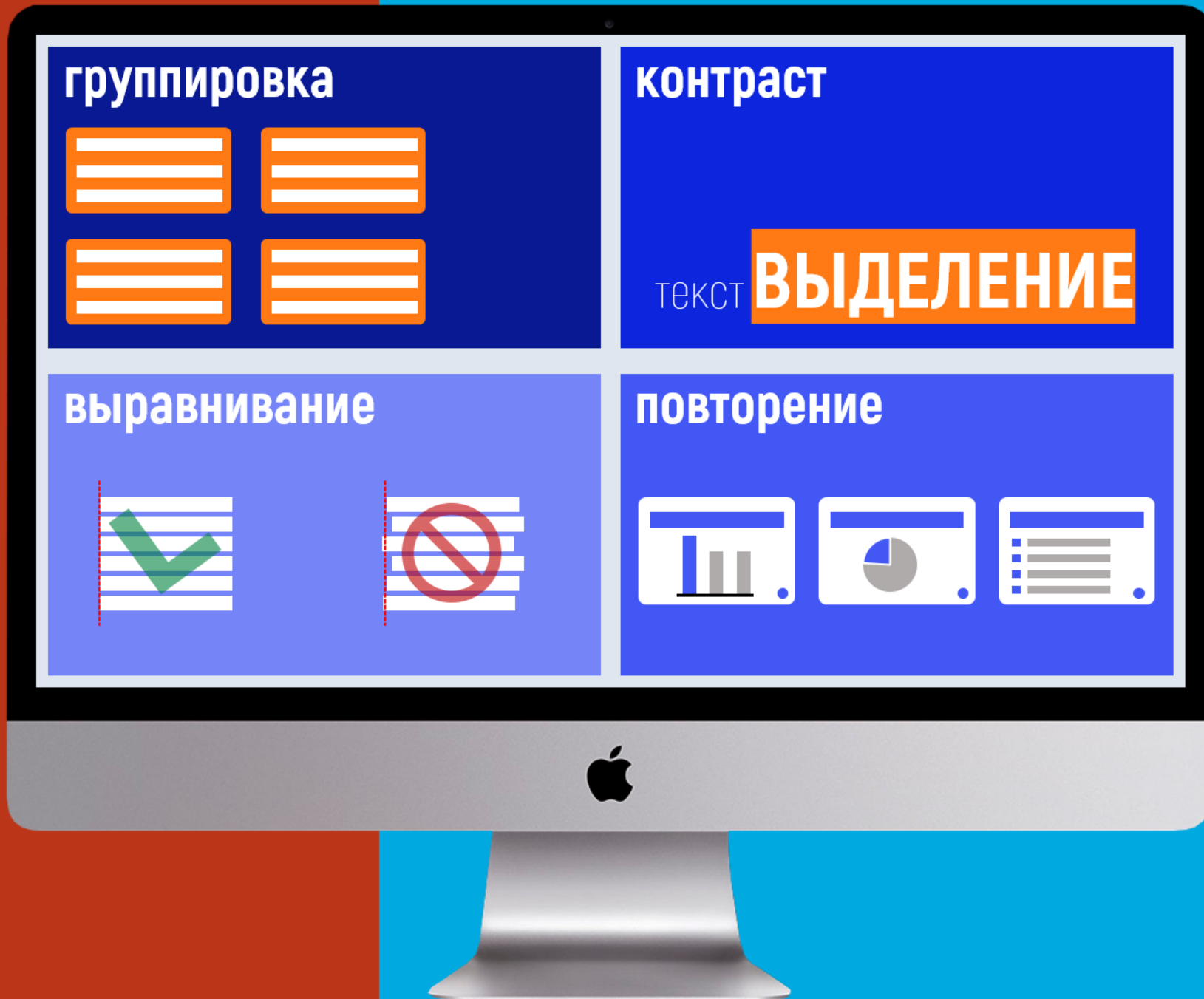
Не читабельно, уныло, неинтересно,
вероятность достижения цели крайне низкая



Броско, современно, все понятно, будет
желание смотреть от и до...

Базовые принципы дизайна

... делают
слайды
аккуратными



ПОДБОР

СОЧЕТАЕМЫХ ЦВЕТОВ

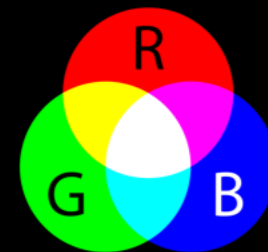


Палитра цветов



Цветовой круг Йоханеса Иттена
«Искусство цвета»

Правило подбора сочетаемых цветов

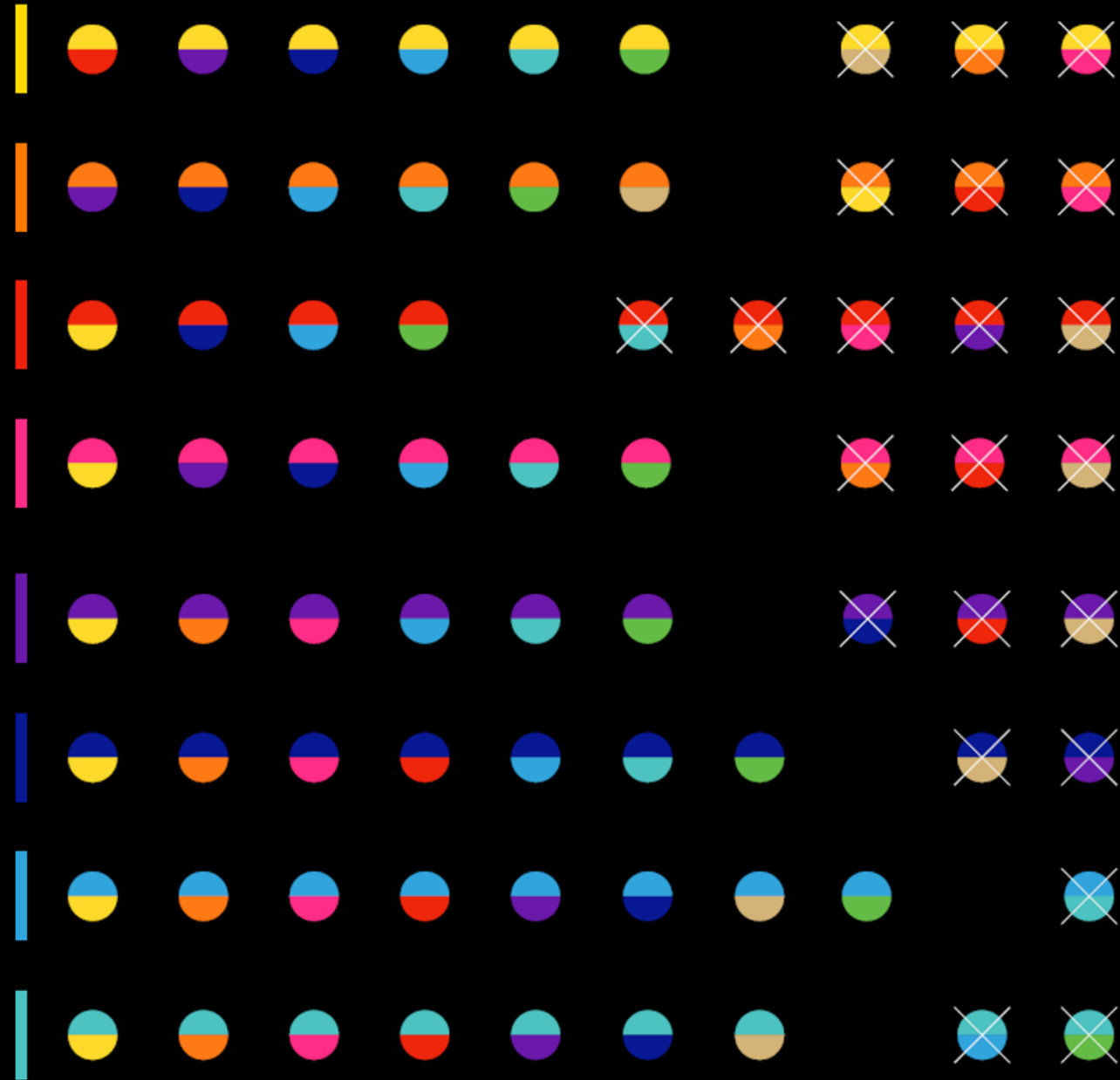


Палитра цветов изначально определяется по критериям

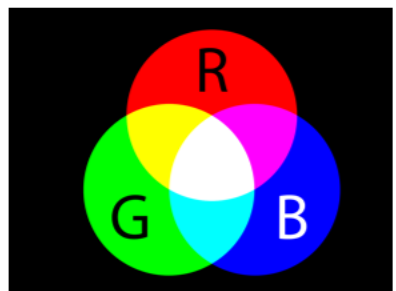
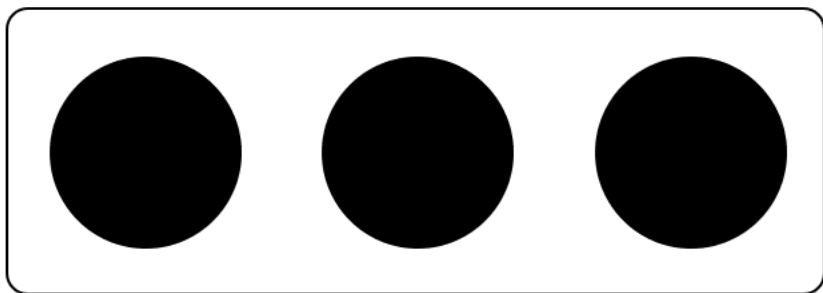
- Логотип компании
[содержание цветов]
- Бренд бук - корпоративные цвета
[некоторые сочетания не приемлемы]
- Концепция презентации, или
пожелание клиента
- Правило сочетаемых цветов
[творческий подход]

Сочетание цветов

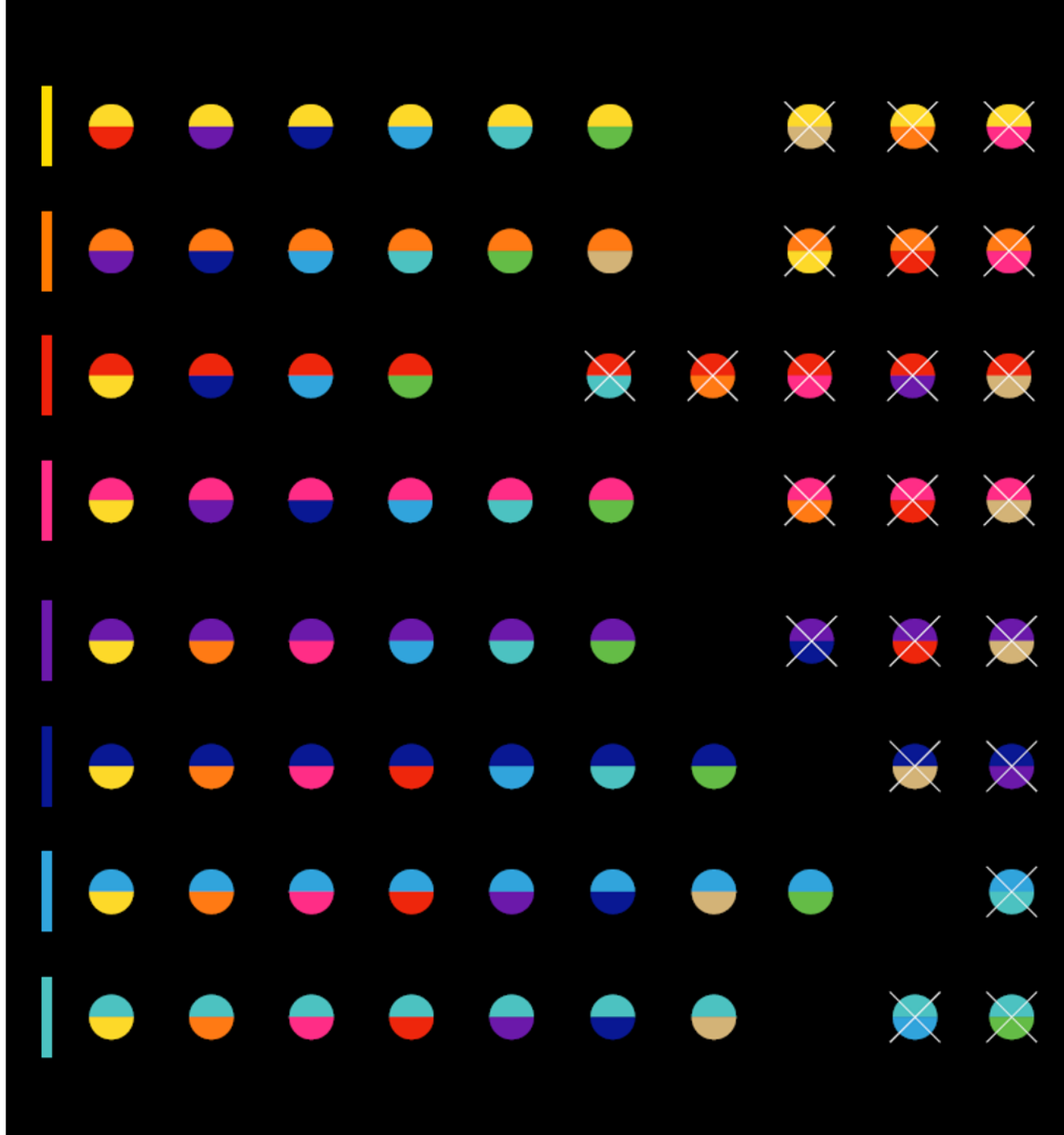
Правило применения цветов
на одном слайде – не более
2-х контрастных (плюс –черный
и белый для разнообразия)



Практика работы с цветовой палитрой

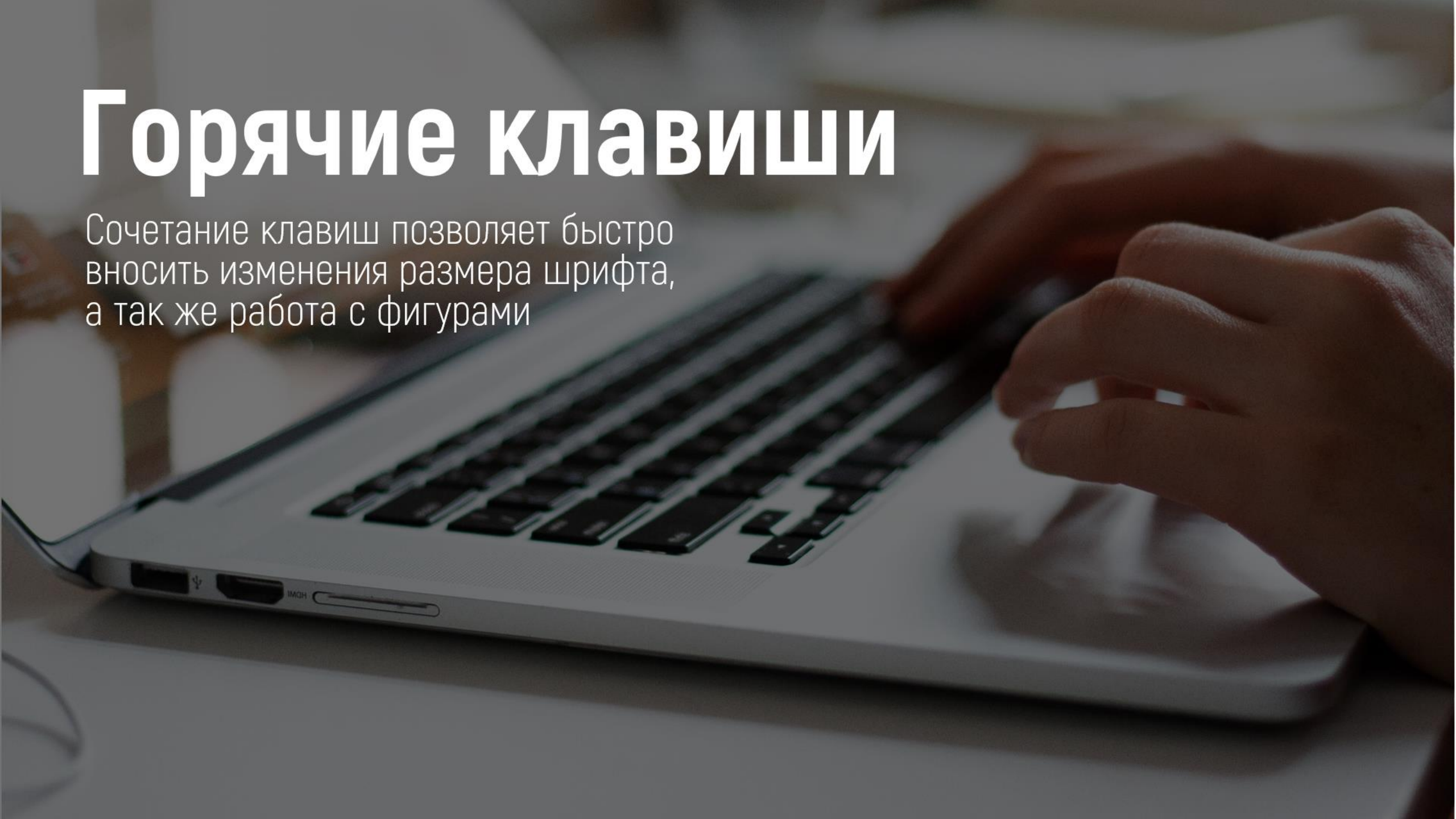


RGB



Горячие клавиши

Сочетание клавиш позволяет быстро вносить изменения размера шрифта, а так же работа с фигурами



Сочетание клавиш для PowerPoint на Windows



Идеально ровно

Зажми "shift" и тяни объект за уголок, чтобы пропорционально изменять его размер. При рисовании объектов зажимай эту же кнопку, чтобы фигуры были ровными.



Создать копию

Зажми "ctrl" и тащи объект мышкой, чтобы быстро создать его дубликат. Добавь "shift" и объект будет двигаться строго по вертикали или горизонтали.



Отменить действие

Чтобы отменить предыдущее действие и вернуть все как было, нажми "ctrl" + "Z"



Группировать

Нажми клавиши "ctrl" + G, чтобы сгруппировать выбранные объекты. Добавь к этой комбинации "shift", чтобы разгруппировать



Изменить размер

Зажми "ctrl" + "shift" и тяни объект, чтобы пропорционально менять его размер от центра.



Вырезать объект

Чтобы вырезать объект, нажми "ctrl" + "X". Чтобы вставить объект на другой слайд, жми "ctrl" + "V"



Выделить объекты

Зажми "shift" или "ctrl", чтобы выбрать сразу несколько объектов или, например, ячеек в таблице.

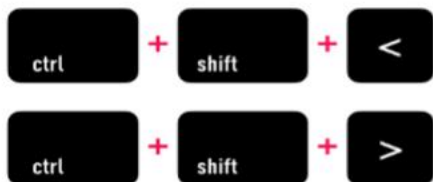


Создать дубликат

Создать дубликат выбранного объекта: фигуры, слайда, текстового блока.



Сочетание клавиш для PowerPoint на Windows



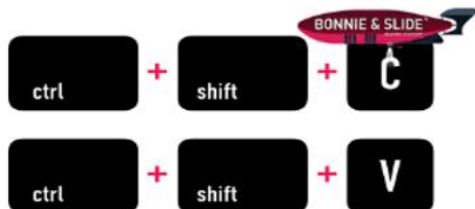
Размер текста

Быстро изменить размер шрифта выбранного текстового блока (увеличить или уменьшить). Прием не всегда работает в русской раскладке



Скопировать объект

Чтобы скопировать объект, нажми "ctrl" + "C".
Чтобы вставить объект, жми "ctrl" + "V".



Скопировать стиль

Чтобы скопировать стиль выбранного объекта, кликни на него и нажми "ctrl" + "shift" + "C", затем кликни на объект, к которому хочешь применить стиль, нажми "ctrl" + "shift" + "V".



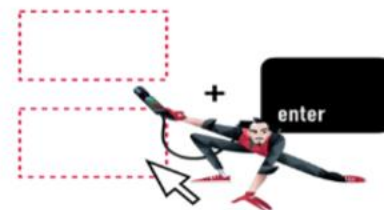
Выделить все объекты

Чтобы выделить все объекты на слайде, нажми "ctrl" + "A".



Сделать буквы заглавными

Чтобы одним махом сделать все буквы в текстовом блоке ЗАГЛАВНЫМИ, жми "shift" + "F3".



Создать слайд

Чтобы создать новый слайд, кликни на превью слайда в ленте слева и нажми "enter".



Идеально ровно



Отменить действие



Группировать

Слайд-шоу

Чтобы включить режим слайд-шоу, нажми "F5" и покажи свои убойные слайды миру! Чтобы вернуться в режим редактирования, нажми "esc"

Вырезать объект



Изменить размер

Быстро изменить размер шрифта
выбранного текстового блока
(увеличить или уменьшить)

Размер текста

Чтобы скопировать стиль выбранного объекта, кликни на него и нажми "ctrl" + "shift" + "C", затем кликни на объект, к которому хочешь применить стиль, нажми "ctrl" + "shift" + "V"

Скопировать стиль



Выделить объекты



Выделить все объекты



Создать дубликат
Скопировать объект
Создать копию

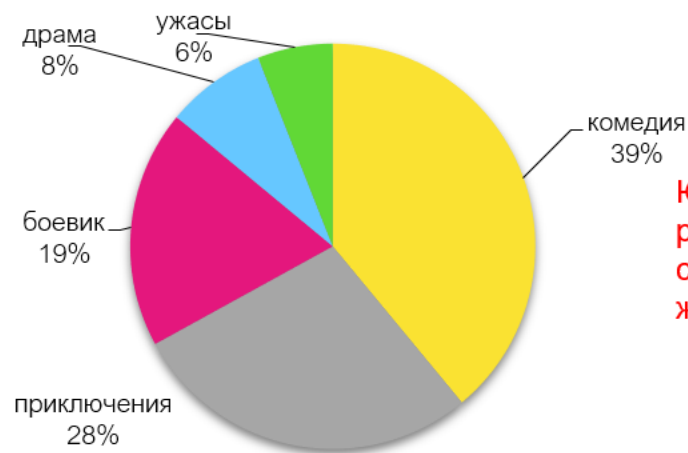
Панель инструментов

Выравнивание
Наложение объектов
Перемещение

Портрет целевой аудитории

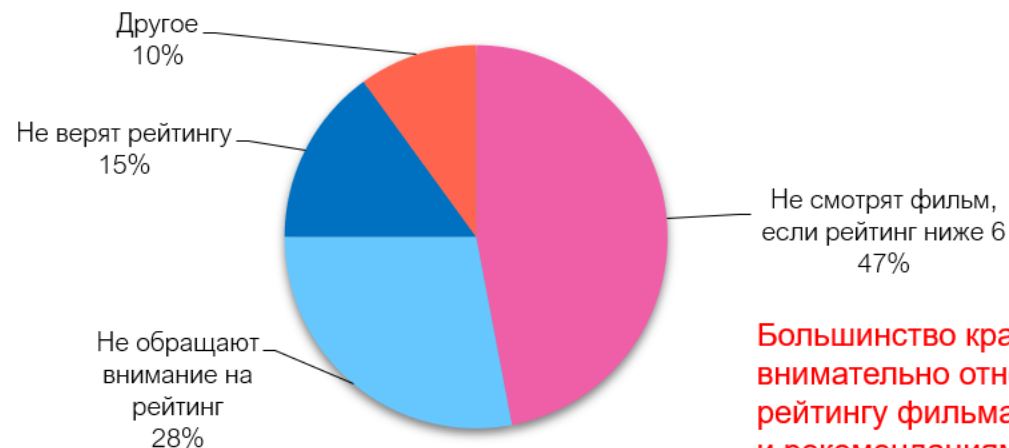
ПРАКТИКА

Самые популярные жанры



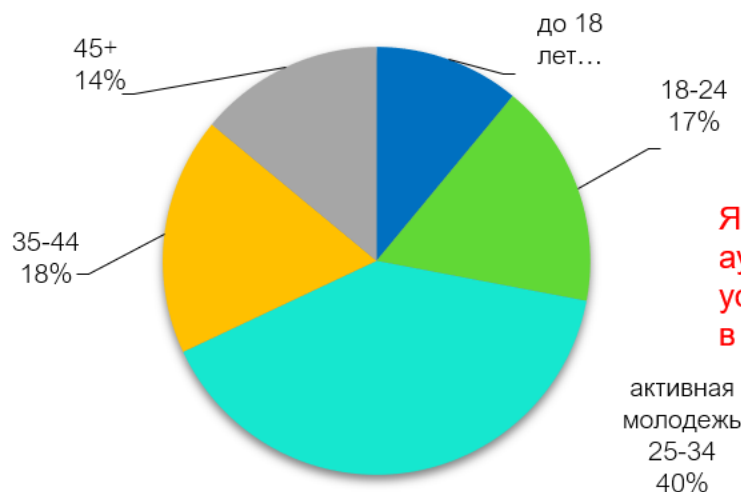
Юмор и зарисовки из реальной жизни остаются самым популярным жанром

Сколько людей обращает внимание на рейтинг фильма



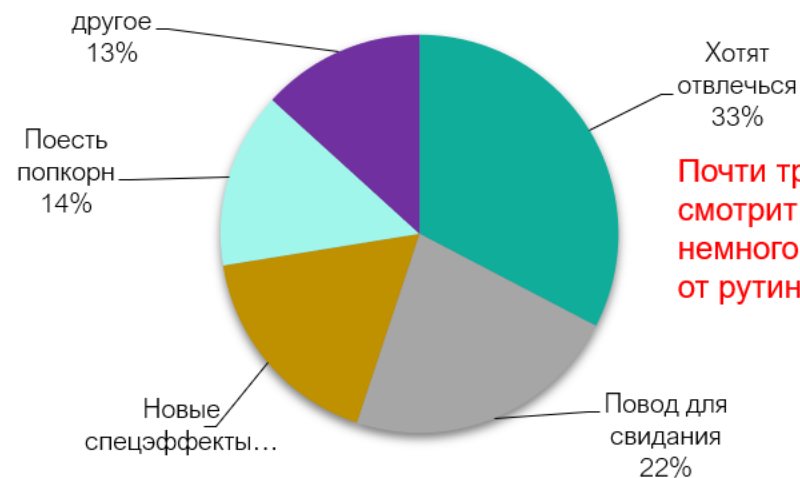
Большинство крайне внимательно относится к рейтингу фильма и рекомендациям своих друзей

Возрастная категория



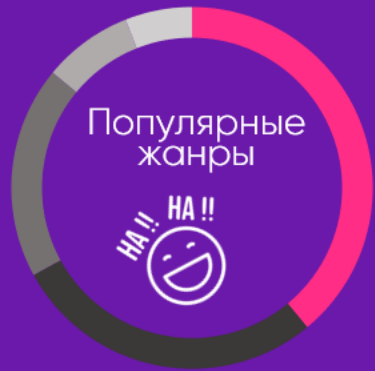
Ядро целевой аудитории составляют успешные люди в возрасте 25-34 лет

Почему люди смотрят кино



Почти треть аудитории смотрит кино, что бы немного отвлечься от рутины и «переключиться»

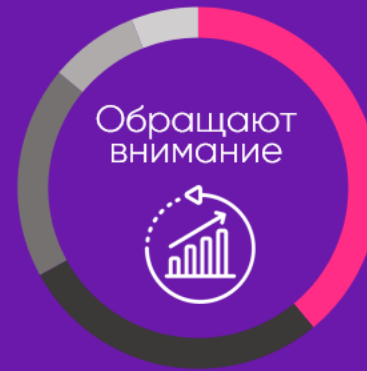
Портрет целевой аудитории



39%

Любят комедии

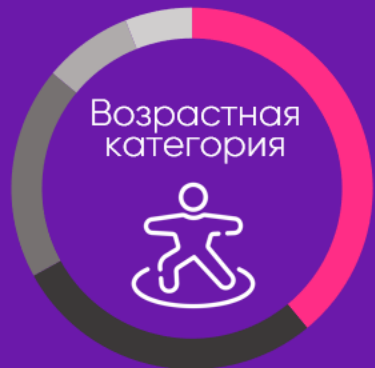
Юмор и зарисовки из реальной жизни остаются самым популярным жанром



47%

Изучают рейтинг

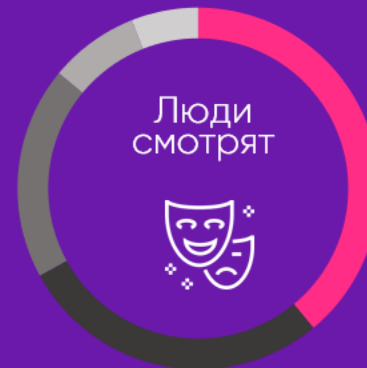
Большинство крайне внимательно относятся к рейтингу фильма и рекомендациям своих друзей



40%

Активная молодежь

Ядро целевой аудитории составляют успешные люди в возрасте 25–34 лет



33%

Хотят отвлечься

Почти треть аудитории смотрит кино, что бы немного отвлечься от рутины и «переключиться»



Портрет целевой аудитории



39%

Любят комедии

юмор и зарисовки из реальной жизни остаются самым популярным жанром



47%

Изучают рейтинг

большинство крайне внимательно относится к рейтингу фильма и рекомендациям своих друзей



40%

Активная молодежь

ядро целевой аудитории составляют успешные люди в возрасте 25-34 лет



33%

Хотят отвлечься

почти треть аудитории смотрит кино, чтобы немного отвлечься от рутины и «переключиться»



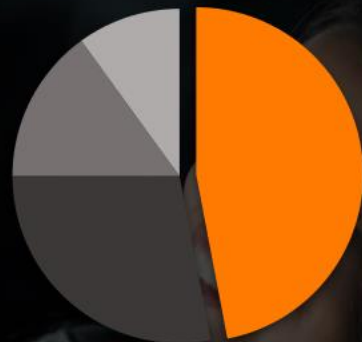
Портрет целевой аудитории



39%

Любят комедии

юмор и зарисовки из реальной жизни остаются самым популярным жанром



47%

Изучают рейтинг

большинство крайне внимательно относится к рейтингу фильма и рекомендациям своих друзей



40%

Активная молодежь

ядро целевой аудитории составляют успешные люди в возрасте 25-34 лет



33%

Хотят отвлечься

почти треть аудитории смотрит кино, чтобы немного отвлечься от рутины и «переключиться»

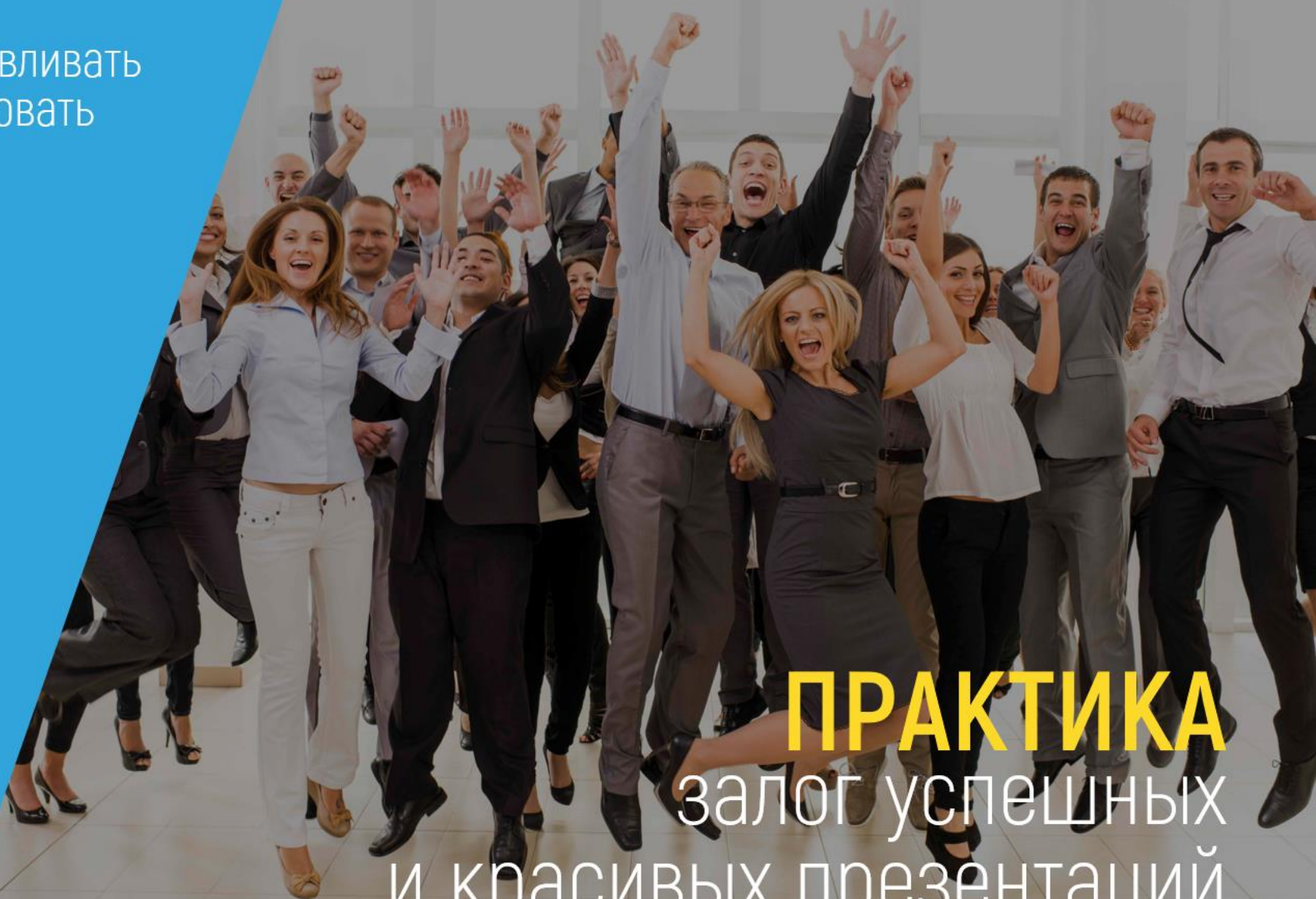
ОБУЧАТЬСЯ

Анализировать данные, подготавливать контент, и обязательно практиковать свои навыки в создании эффективных презентаций

Заключение

ПРАКТИКА

залог успешных
и красивых презентаций



Спасибо
за внимание

Успех -

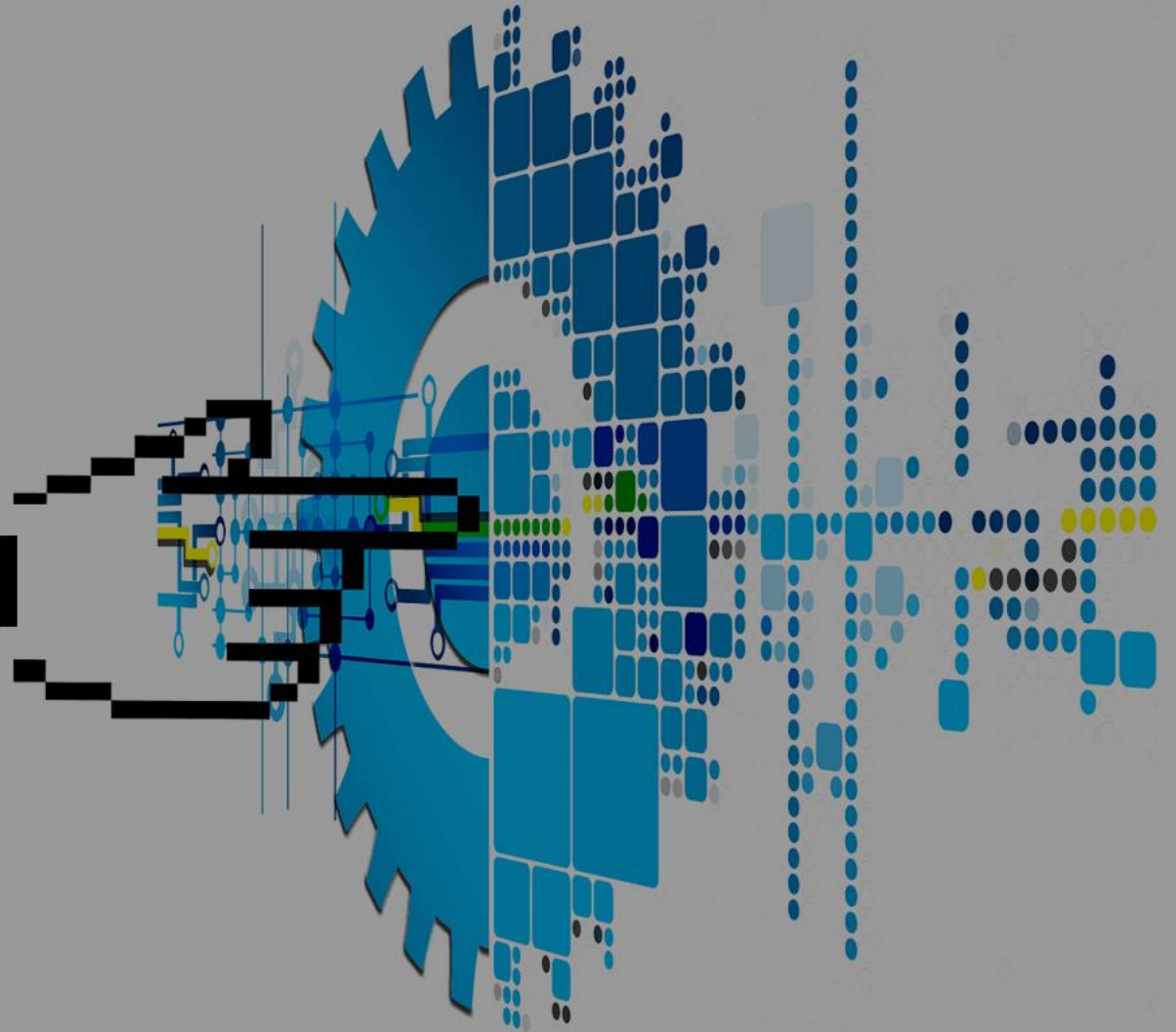
это лестница,
на которую
не взобраться

держа руки
в карманах



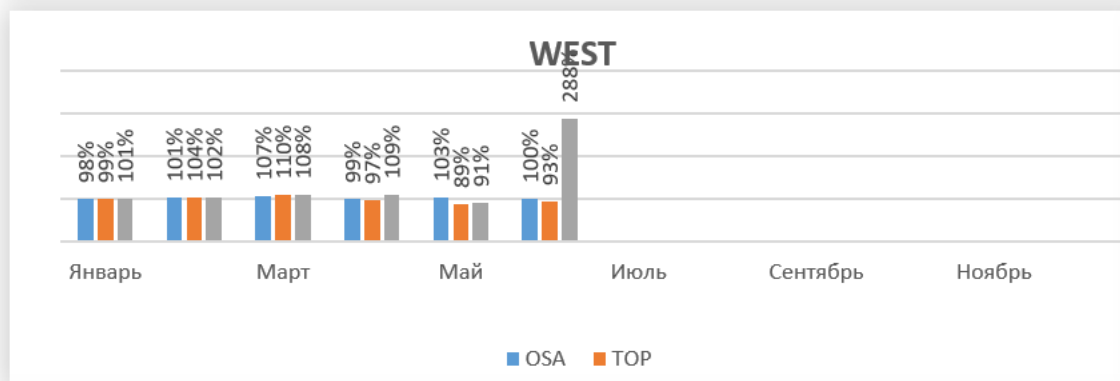
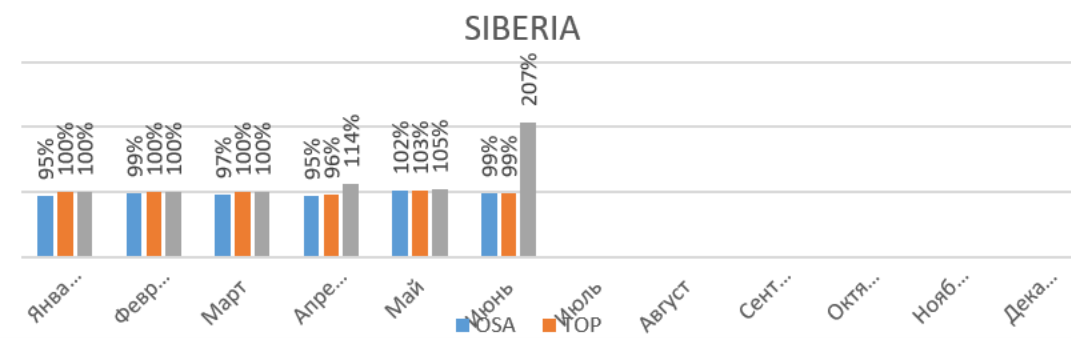
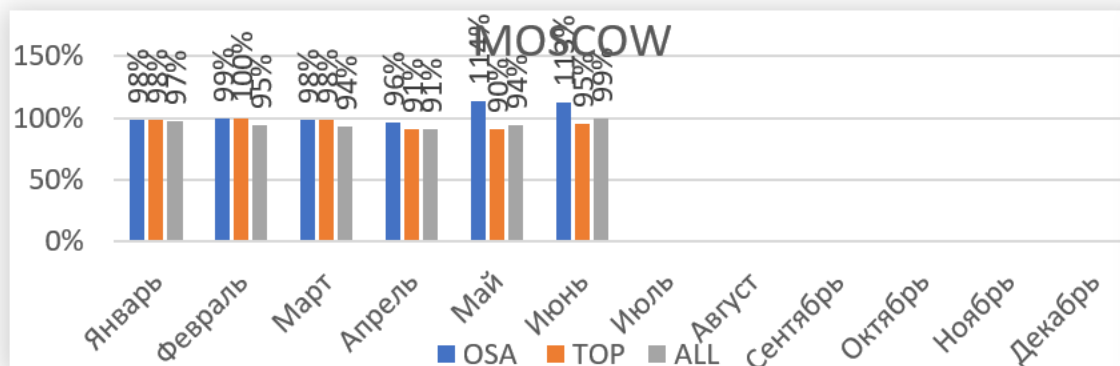


Примеры трансформации слайдов



OSA, Facings (TOP-ALL) PEPSICO TOTAL (*01.23 – 06.23 с разбивкой по регионам)

(* среднее выполнение по территориям согласно данным из SC).



КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ/КОММЕНТАРИИ:

1. Завышенные планы по ТО1-2 по отношению к актуальным ПГ выкладки (фактически согласованной выкладки при ее отсутствии) ввиду проходящих изменений.
2. Возможности/ошибки допускаемые сотрудниками в процессе проведения работ.
3. OOS/угроза OOS.
4. Некорректность ассортиментной матрицы в сети.
5. Некорректность распознавания программой IC (при проведении работы по распознаванию, найденные SKU не учитываются при расчете выполнения результатов по ТО1-2)

ПРЕДПРИНИМАЕМЫЕ ДЕЙСТВИЯ:

1. Корректировка планов по ТО1-2 (подача планов и данных на корректировку РММ). Оперативное информирование о смене ПГ выкладки торговых сетей (фактически согласованной выкладки, при отсутствии ПГ).
2. Регулярное проведение обучения новых и действующих МЕ, контроля и оценки качества работы в программе IC (проработка ошибок).
3. Оперативное информирование РММ по наличию перебоев с поставками в течении периода оказания услуги (работа с имеющимся кол-вом продукта на полках).
4. Проведение работы в ТТ по контролю корректности стоков (адаптация виртуальных остатков).





*01.23 – 06.23
с разбивкой
по регионам

OSA Facings (TOP-ALL) PEPSICO TOTAL



OSA
101%

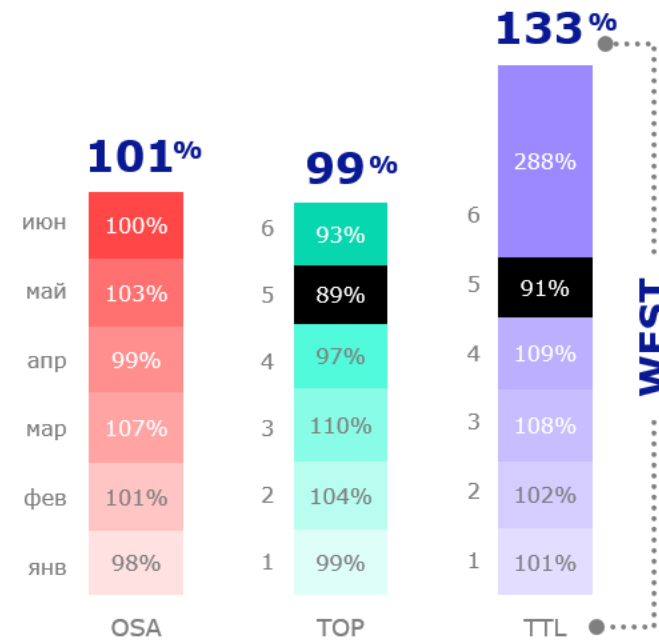
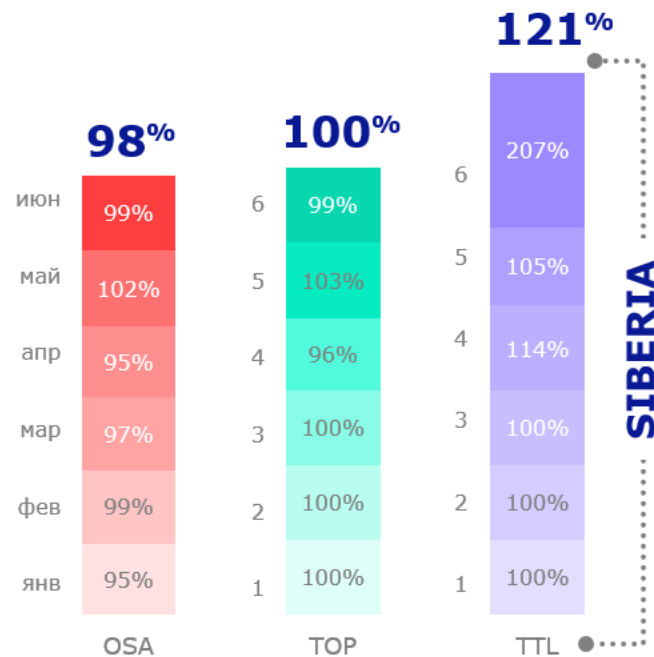
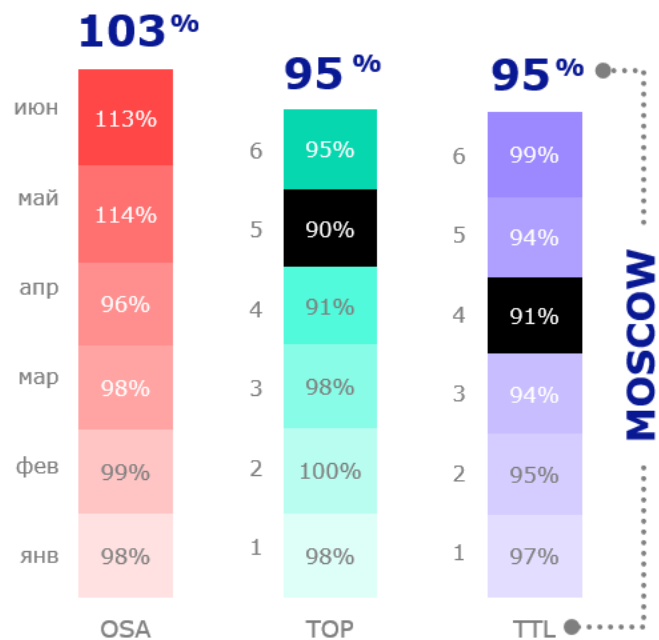


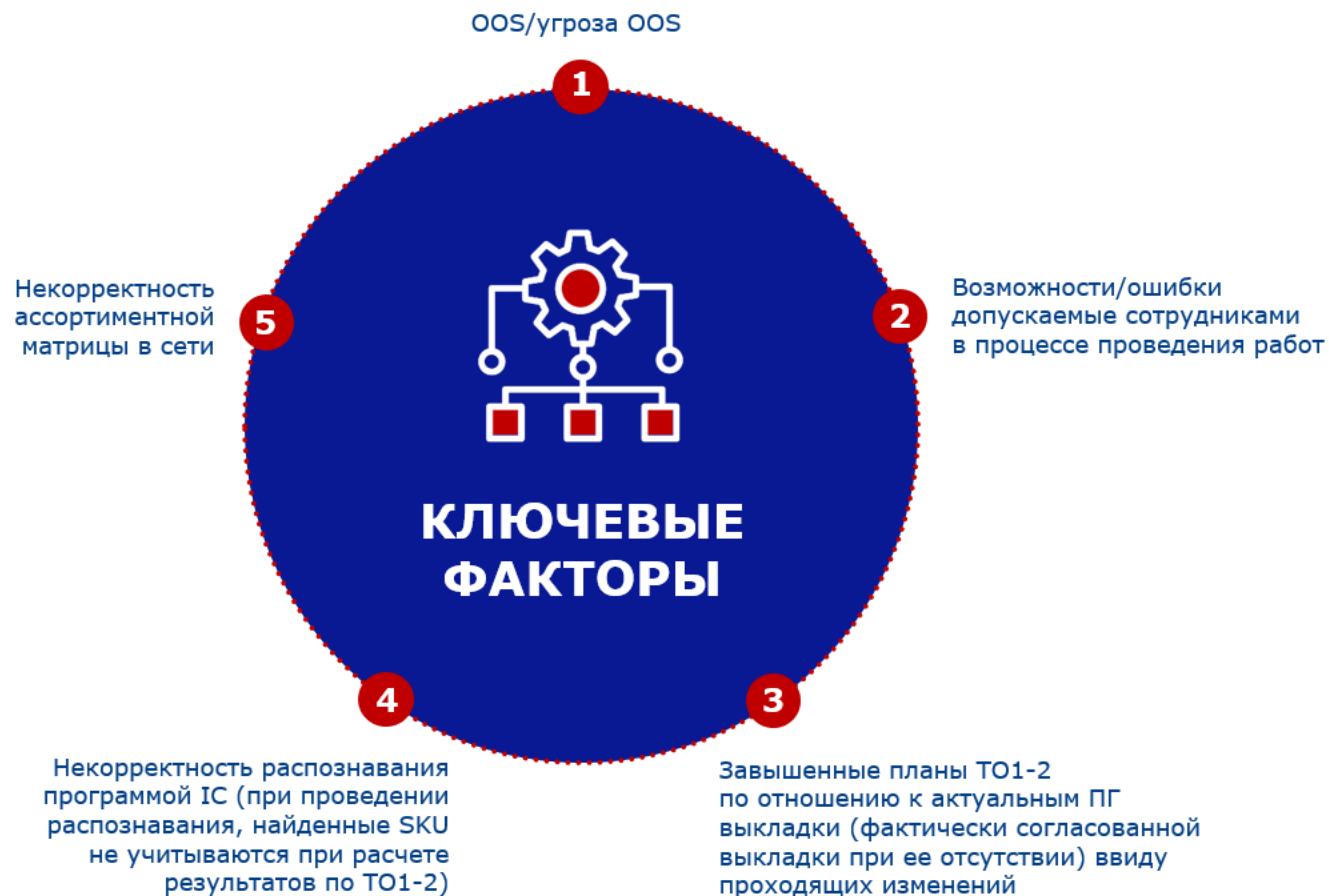
TOP
98%



TTL
116%

* среднее выполнение по территориям согласно данным из SC





ПРЕДПРИНИМАЕМЫЕ ДЕЙСТВИЯ

1

Оперативное информирование РММ по наличию перебоев с поставками в течении периода оказания услуги (работа с имеющимся кол-вом продукта на полках)

2

Регулярное проведение обучения новых и действующих МЕ, контроля и оценки качества работы в программе IC (проработка ошибок)



3

Корректировка планов по ТО1-2 (подача планов и данных на корректировку РММ)

4

Оперативное информирование о смене ПГ выкладки торговых сетей (фактически согласованной выкладки, при отсутствии ПГ)

5

Проведение работы в ТТ по контролю корректности стоков (адаптация виртуальных остатков)

ЗАДАЧИ НА Q-3 (2023)/ВОЗМОЖНОСТИ/ПЛАН ДЕЙСТВИЙ PERSICO TOTAL

№	Задача	DL (период)	Ответственный	Комментарии	Задачи/Действия
1	Выполнение KPIs.	Q3	KAM-TM-CBM	1. ТС: По региону Сибирь >= 95%. 2. ТС: МСК тотал >= 95%. 3. ТС: ВЕСТ тотал >= 95%. 4. Дисциплина ИК (МСК-ВЕСТ-Сибирь) >= 95%. 4. OSA (МСК-СИБИРЬ-ВЕСТ) >=100%. 5. TOP SKU # Faces >=100% (по всем регионам). 6. TTL # Faces >=100% (по всем регионам). 7. Исполнение плановых ХО > 90%	ЗАДАЧИ/ПРЕДПРИНИМАЕМЫЕ ДЕЙСТВИЯ: 1. Time compliance: - Выполнение ТС по территориям: Москва, Томск, Новосибирск Новокузнецк, ЛО >= 95% (Q3, отв. KAM). - Оперативное закрытие вакансий (перекрытие силами заменяющих сотрудников). - Подключение к покрытию действующих сотрудников (МЕ, релифов, CBM). 2. Дисциплина IC: - Оперативное обучение новых и дополнительное действующих сотрудников работе с программой IC. - Ежедневный контроль и анализ выполнения показателей. - Проведение регулярной работы с МЕ по разъяснению важности корректной работы в программе и последствиях в случае нарушений. - Проведение регулярной работы по оценке уровня знаний по стандартам работы МЕ и системы расчета и формирования ЗП. 3. Выполнение KPIs: - Корректировка планов по ТО1-2 (подача планов и данных на корректировку РММ). Оперативное информирование о смене ПГ выкладки торговых сетей (фактически согласованной выкладки, при отсутствии ПГ). - Регулярное проведение обучения новых и действующих МЕ, контроля и оценки качества работы в программе IC (проработка ошибок). - Оперативное информирование РММ по наличию перебоев с поставками в течении периода оказания услуги (работа с имеющимся кол-вом продукта на полках). - Проведение работы в ТТ по контролю корректности стоков (адаптация виртуальных остатков). 4. Исполнение плановых ХО > 90%: - Оперативное обучение новых и дополнительное действующих сотрудников стандартам оказания услуги и работе с программой IC (вкладка ПГ ХО). - Еженедельный контроль и анализ выполнения показателей. - Выявление фокусной группы требующей дополнительного обучения и контроля (оперативная проработка данной группы). - Проведение регулярной работы с МЕ по разъяснению важности исполнения ПГ ХО и последствиях в случае нарушений. - Проведение регулярной работы по оценке уровня знаний по стандартам работы МЕ и системы расчета и формирования ЗП.
2	Закрытие вакансий МЕ.	Q3	TM-CBM	Оперативное закрытие всех имеющихся вакансий по городам. Приоритеты по территориям: Москва, Томск, Новосибирск Новокузнецк, ЛО	Предпринятые действия: - Пересмотрен уровень мотивации (применен индивидуальный подход). - Максимальное усиление рекрутерами отдела МПП/подключение эксклюзивного менеджера по подбору и адаптации к проекту. - Активное участие в подборе CBM. - Активное использование акции «Приведи друга». - Проведение активной работы по снижению ротации, мотивации и удержанию сотрудников на проекте.
3	Отчет по качеству визитов.	Q3	KAM-TM-CBM	Провести работу по предотвращению визитов с fraud: не более (<=5%).	- Выявление фокусной группы требующей обучения работе в программе IC и особого контроля (отв. CBM, еженедельно). - Оперативный разбор ошибок, проведение разъяснительной работы с МЕ (отв. CBM на еженедельной основе). - По сотрудникам, у которых выявлены визиты с Fraud провести очное обучение и взять на особый контроль (отв. CBM в ближайшую неделю). - По сотрудникам, у которых выявлены повторные нарушения применить дисциплинарные меры либо запланировать на ротацию (отв. TM-CBM регулярно). - Еженедельно проводить онлайн аудит с целью контроля и профилактики наличия ошибок (отв. TM-CBM).
4	Реализация "Блиц программы".	Q3	KAM-TM-CBM	Реализация "Блиц программы" (обеспечить покрытие АП и ТС от 95% и выше)	
5	Инфопак/приоритеты.	Q3	TM-CBM	Исполнение каждого пункта от РММ (на ежемесячной основе).	
6	Исполнение стандартов и плаграмм выкладки в ТТ.	Q3	TM-CBM	Цель исполнение по всем категориям, согласно АЕП + (где возможно) (промо, ГЕН).	
7	Знание стандартов оказания услуги.	Q3	TM-CBM	Обеспечить знание всех стандартов оказания услуги всех сотрудников проекта.	

ЗАДАЧИ НА Q3 (2023)/ВОЗМОЖНОСТИ/ПЛАН ДЕЙСТВИЙ PEPSICO TOTAL



**Рост
показателей
оказания
услуги**

Выполнение KPIs	KAM TM CBM		
		1. TC: По региону Сибирь $\geq 95\%$ 2. TC: MCK тотал $\geq 95\%$ 3. TC: BECT тотал $\geq 95\%$ 4. Дисциплина ИК (MCK-BECT-Сибирь) $\geq 95\%$ 4. OSA (MCK-СИБИРЬ-BECT) $\geq 100\%$ 5. TOP SKU # Faces $\geq 100\%$ (по всем регионам) 6. TTL # Faces $\geq 100\%$ (по всем регионам) 7. Исполнение планов ХО $> 90\%$	1. Time compliance • TC по территориям: Москва, Томск, Новосибирск Новокузнецк, ЛО $\geq 95\%$ • Заккрытие вакансий силами заменяющих сотрудников • Подключение к покрытию действующих сотрудников (МЕ, релифов, CBM) 2. Дисциплина IC • Обучение новых сотрудников работе с программой IC • Ежедневный контроль и анализ выполнения показателей • Регулярная работа с МЕ по разъяснению корректной работы • Регулярная работа по оценке уровня знаний по стандартам работы МЕ и системы расчета ЗП 3. Выполнение KPIs • Корректировка планов по ТО1-2 (Информирование о смене ПГ выкладки) • Проведение обучения МЕ, контроля и оценки качества работы в программе IC • Информирование РММ по наличию перебоев с поставками • Проведение работы в ТТ по контролю корректности стоков и виртуальных остатков 4. Исполнение планов ХО $> 90\%$: • Ежедневный контроль и анализ выполнения показателей • Выявление фокусной группы требующей дополнительного обучения и контроля • Проведение работы с МЕ по разъяснению важности исполнения ПГ ХО • Оценивать уровень знаний по стандартам работы МЕ и системы расчета ЗП
Заккрытие вакансий МЕ	TM CBM	Заккрытие всех имеющихся вакансий Приоритеты: Москва, Томск, Новосибирск Новокузнецк, ЛО	• Пересмотрен уровень мотивации (индивидуальный подход) • Усиление рекрутерами МПП/эксклюзивный менеджер по подбору на проекте • Использование акции «Приведи друга», вовлечение CBM • Активная работа по снижению ротации, мотивации и удержанию МЕ на проекте
Качество визитов	KAM TM CBM	Предотвращение визитов с fraud: не более ($\leq 5\%$) CBM - еженедельно	• Выявление фокусной группы требующей обучения работе в программе IC и особого контроля • Разбор ошибок с МЕ • По МЕ с Fraud визитами провести очное обучение • Проводить онлайн аудит для контроля и профилактики ошибок

Блиц программа

Реализация "Блиц программы"
обеспечить покрытие АП
и TC от $\Rightarrow 95\%$

Инфопак/приоритеты

Исполнение каждого пункта
от РММ (на ежемесячной основе)

Стандарты работы

Исполнение стандартов
и плаграмм выкладки
в ТТ по всем категориям
согласно АЕР+

Стандарты оказания услуги

Обеспечить знание всех
стандартов оказания услуги
всех сотрудников проекта

ДИАГНОСТИКА

ОЦЕНИТЬ РЕАЛИЗАЦИЮ ПРИОРИТЕТНЫХ АКТИВНОСТЕЙ
ВЫЯВИТЬ ПОТРЕБНОСТИ ПО КЛЮЧЕВЫМ НАВЫКАМ



ДИАГНОСТИКА

Оценить реализацию приоритетных активностей
Выявить потребности по ключевым навыкам



Адаптация

Новых сотрудников

Планирование

Ежемесячное, еженедельное, ежедневное

Командное собрание

Административная работа

Совместная работа

Обучение

Полевой аудит

Контроль выполнения задач

Постановка задач

Системное фиксирование

АКТИВНОСТИ
СУПЕРВАЙЗЕРА

Минимальное влияние

Отрабатывать на практике

Динамика продаж молочной продукции по категориям (YTD oct'22 vs 21)

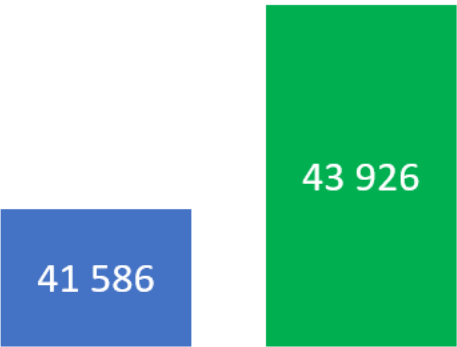
млн руб

Категории	2021	2022	+/-
ТМП	25 194	24 160	-4.1%
ЙДГ	11 361	14 056	23.7%
ДП	5 031	5 710	13.5%
Итого	41 586	43 926	5.6%

Падение ТМП связано с дефицитом сырья, снижение покупательского потока, последствия пандемии

Рост общих продаж к прошлому году – 5,6%

Общие продажи



2021 2022 +/-



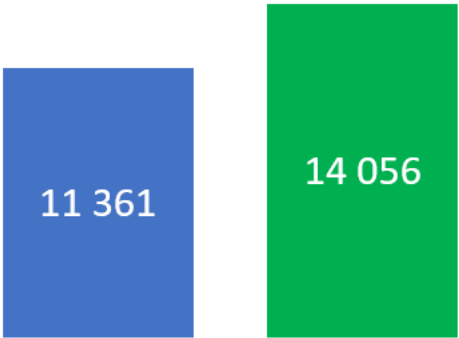
Генератором роста общих продаж является ЙДГ – 23,7%

млн руб

Категории	2021	2022	+/-
Молочные десерты	1 591	1 687	6.0%
Творожные десерты	2 159	2 249	4.2%
Йогурты	4 772	6 888	44.3%
Функциональные напитки	1 931	2 390	23.7%
Сырки	909	843	-7.2%
Итого	11 361	14 056	23.7%

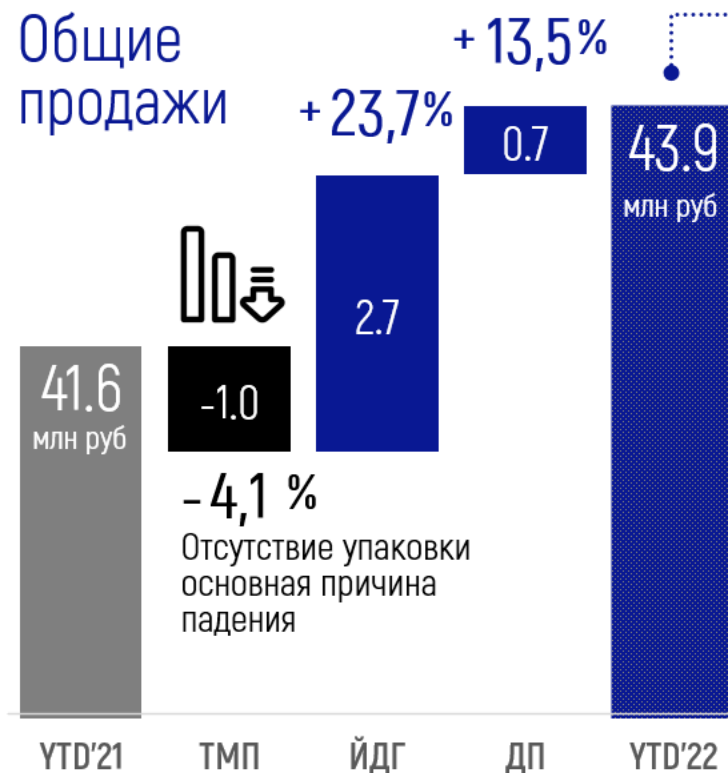
ЙДГ – растёт на 23,7%

Генератором роста категории являются Йогурты – 44,3%



2021 2022 +/-

Динамика продаж молочной продукции по категориям (YTD oct'22 vs 21)

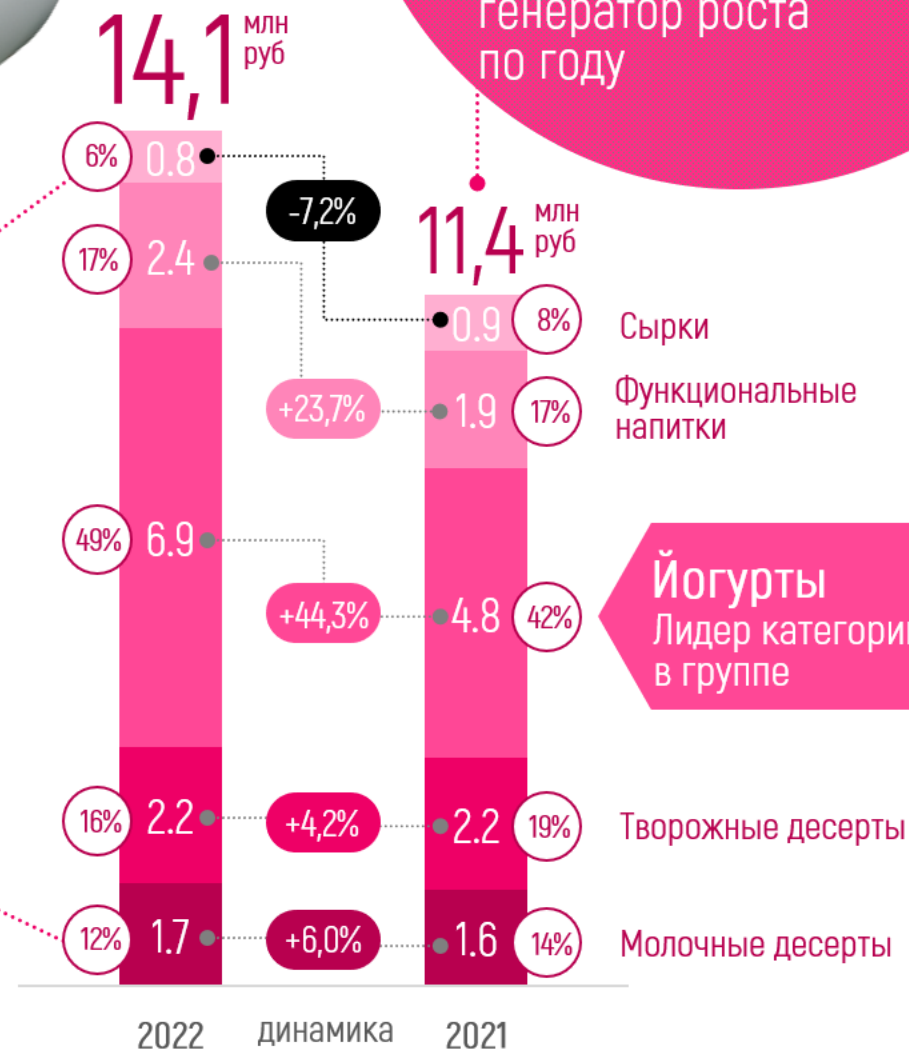


-4,1%
Отсутствие упаковки
основная причина
падения



+23,7%

Категория ЙДГ
генератор роста
по году



Йогурты
Лидер категории
в группе

*ТМП – традиционные молочные продукты, ЙДГ – йогуртно десертная группа, ДП – детское питание

НАШИ КОНТАКТЫ:

**ООО «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ
СТРАТЕГИЯ»**

ОГРН 1177746961435 ИНН 7725394041 КПП 772501001

Адрес: 115407, г. Москва, ул. Речников, д. 19, офис 10

Тел. +7 (495) 287-12-09

Моб. +7 (980) 322-68-24; +7 (951) 855-66-18; +7 (903) 008-85-66

e-mail: info@soap.am ; zakaz@soap.am

www.soap.am.

УСЛУГИ:

Компания «СТРАТЕГИЯ» всегда с радостью и энтузиазмом рассмотрит предложения по изготовлению продукции под торговым названием Заказчика (СТМ)

НАШИ КОНТАКТЫ



ООО «ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ КОМПАНИЯ СТРАТЕГИЯ»
ГОЛОВНОЙ ОФИС – 115407
Г. МОСКВА, УЛ.РЕЧНИКОВ, Д. 19, ОФИС 10



ПРОИЗВОДСТВО СЫРЬЯ - 301624
ТУЛЬСКАЯ ОБЛ., УЗЛОВСКИЙ Р-Н, СП ШАХТЕРСКОЕ,
С. ИВАНОВКА, Д.24А



ПРОИЗВОДСТВО ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ – 394028
Г. ВОРОНЕЖ, ПРОЕЗД МОНТАЖНЫЙ, Д. 5-Ч, СТР.3



+7 (495) 287-12-09



+7 (980) 322-68-24
+7 (951) 855-66-18
+7 (903) 008-85-66
+7 (919) 103-39-27



info@soap.am
zakaz@soap.am
www.soap.am

НАШИ УСЛУГИ

КОМПАНИЯ «СТРАТЕГИЯ»
С РАДОСТЬЮ И ЭНТУЗИАЗМОМ
РАССМОТРИТ ПРЕДЛОЖЕНИЯ
ПО ИЗГОТОВЛЕНИЮ ПРОДУКЦИИ
ПОД СОБСТВЕННОЙ ТОРГОВОЙ
МАРКОЙ ЗАКАЗЧИКА (СТМ)



ПК СТРАТЕГИЯ