

# Месячное собрание руководителей

7 июня 2021

# Параметры конференции

Тема: **Собрание руководителей ЕД**

**Подключиться к конференции ZOOM**

<https://zoom.us/j/5877335244?pwd=VWpRU2U5UDF6V0JJUIR6NFIOTUVQUT09>

Идентификатор: **587 733 5244**

Код доступа: **ED**

# Повестка встречи

1. Презентация результатов месяца
2. Апдейт событий произошедших за неделю
3. Поиск кадров

## Регламент собрания:

<https://docs.google.com/document/d/1VPsPCSO61LK4i0BqAUWVTXL2Ka6xBo4P/edit>

# Отдел маркетинга

ТОП 3 чем горжусь за Май	
Протестировали 30+ новых креативов в таргетированной рекламе	
Протестировали 30+ креативов в таргетированной рекламе	
Протестировали 15 креативов по дзену и пульсу	
КРІ и метрики за май	
Новые покупатели ПЛАН	4450
<b>Новые покупатели ФАКТ</b>	<b>1445</b>
Повторные заказы ПЛАН	12950
<b>Повторные заказы ФАКТ</b>	<b>10024</b>
САС ПЛАН	2500
<b>Факт</b>	<b>3228</b>
Выручка от новых b2c ПЛАН	15,13
<b>Факт</b>	<b>4,82</b>
Выручка от старых b2c ПЛАН	58,28
<b>Факт</b>	<b>47,01</b>

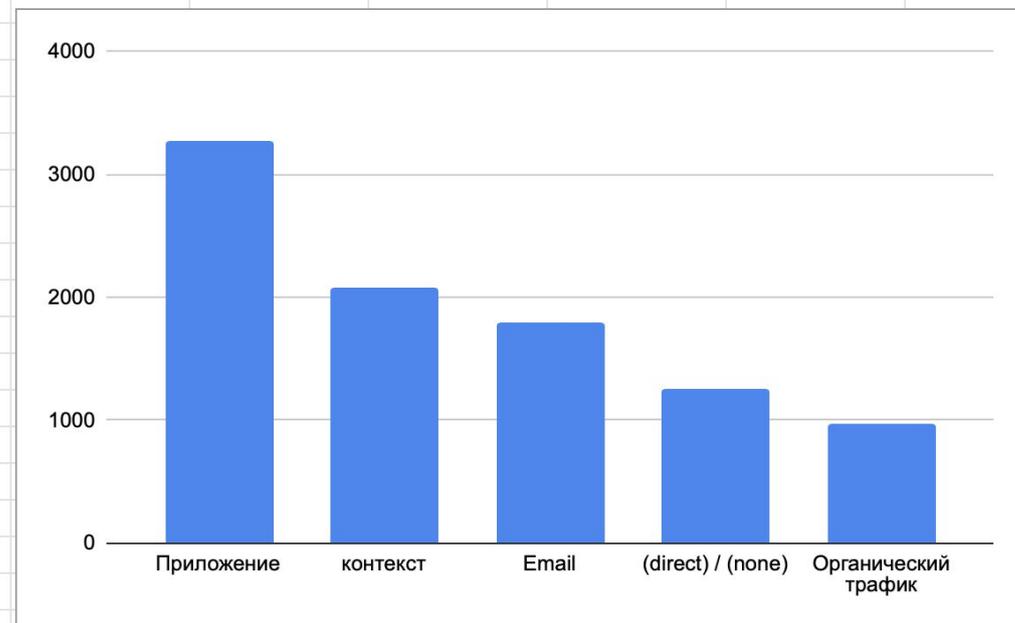
# Отдел маркетинга

<b>Точки роста ближайшие:</b>	<b>Точки роста долгосрок:</b>	<b>Барьеры / слабые места</b>
Запустить сыры от Сироты	Облако тегов по SEO реализовать	В дзене не знаем про что писать
Запустить работу с блоггерами	Доставка 90 минут реализовать	Не успеваем делать креативы
Протестировать бесплатную доставку	Доступность ассортимента повысить	Не можем находить сами много блоггеров
Увеличить тестирования креативов	Своевреммено заводить ассортимент	Нет фокуса на ассортименте
Запустить рекламу мобильного приложения	Взять Арт директора в команду	Не знаем как помочь с доступностью
Повысить рейтинг на отзлвик.ру и маркете	40 роликов до конца года с ферм снять	
Запустить рекламу на ютубе	Запуститься в тинькофф приложении	
Запустить рекоаму в тик-ток		

# Отдел маркетинга, retention

Старые клиенты, заказы	
План target	12950
Факт	9792
Выполнение	75,61%

ТОП 5 источников, last click



# Отдел маркетинга, retention

ФАКТ за месяц:

- 1) Финал кастдева, подвели итоги
- 2) Новая версия категорий
- 3) Найм Email-маркетолога
- 4) Реко на главной
- 5) Запуск работ с брендинговым агенством

ФОКУС на месяц:

- 1) Корректировка сценария оформления заказа (замены)
- 2) Корректировка стратегии массовых рассылок по сегментам
- 3) Переезд на новый универсальный Email шаблон
- 4) Сбор дашборда по метрикам прямого маркетинга
- 5) Запуск продуктовых наборов
- 6) Запуск быстрой доставки
- 7) Тесты реко на сайте, добавление реко на карточки товара

# Отдел b2b

- Открытость и честность - лучшая реклама
- Наш клиент - близкий друг
- Бежать навстречу своим возможностям
- Мы - единое целое
- Быть сфокусированным на действии

# Месяц

# Коммерческий отде.

Май KPI/Метрика	План	Факт	% отклонение
Выручка отгружено товара руб.	78 405 000	52 119 744	66,5%
Количество заказов покупателей	17 400	11 508	66,1%
Средний чек	4 506	4 529	100,5%
Маржа %	42,5%	40,7%	95,8%
Доступность ассортиментной матрицы %	90,0%	92,1%	102,3%
Усредненное кол-во пострадавших клиентов от отмен и замен	15,0%	17,7%	84,7%
Отмен кол-во от товародвижение % (поставщика и КМ)	0,50%	0,4%	122,0%
Замены кол-во от товародвижение % (поставщика и КМ)	0,35%	0,4%	117,1%
% Замененных товаров от кол-во всех отмененных%	40%	53,3%	133,3%
Списания зона (КО и поставщик) % от товарооборота	1,7%	1,0%	166,7%
СТМ	30	48	160,0%

## Что сделали, чем горжусь

1. Разработали и приняли KPI отдела
2. Разработка рабочих и должностные инструкции всем сотрудникам отдела
3. Завершили тест с KVI продуктами и с планировали дальнейшие шаги
4. Запущено в СТМ 48 SKU при плане 30 SKU
5. Провели корпоратив отдела
6. Открыт Фестиваль Свежие овощи и еженедельно пополняется новым
7. Стимулировать IT в инструменты для расчета KPI, отчеты не готовы
8. Повышения Валовой маржи 43% и ЭДЦО
9. Ускорить Спецификации по качеству
10. Воронка ввода поставщика дожать

## Фокус

1. Адаптация нового КД
2. Доработка и согласования ценовой политики
3. Стимулировать IT в инструменты для расчета KPI
4. Доработка Агентского договора 3 типа (упрощения согласования и штрафы)
5. Воронка ввода поставщика разобраться почему не работает и понять как сделать её основным инструментом
6. Спецификации по качеству с новым Директором по качеству разработать новый алгоритм написания и согласования
7. Повышения Валовой маржи 43% и ЭДЦО
8. Открыт Фестиваль мороженого или замороженной рыбы и морепродуктов

22 неделя KPI/Метрика	План	Факт	% отклонение
Выручка отгружено товара руб.	17 833 065	11 744 575	65,9%
Количество заказов покупателей	3 827	2 636	68,9%
Средний чек	4 659	4 455	95,6%
Маржа %	43,0%	41,4%	96,3%
Доступность ассортиментной матрицы %	90,0%	91,5%	101,7%
Усредненное кол-во пострадавших клиентов от отмен и замен	15,0%	17,5%	85,7%
Отмен кол-во от товародвижение % (поставщика и КМ)	0,50%	0,52%	96,2%
Замены кол-во от товародвижение % (поставщика и КМ)	0,35%	0,36%	97,2%
% Замененных товаров от кол-во всех отмененных%	40%	40,80%	102,0%
Списания зона (КО и поставщик) % от товарооборота	1,7%	1,23%	138,2%
СТМ	45	19	42,2%

## Что сделали, чем горжусь

Месячные отчеты, зп, планы на июнь

Дожать рабочих и должностные инструкции для Координатора СТМ

Подбор нового сотрудника

Адаптация нового КД

## Фокус

Тест гипотезы по ценообразованию

Адаптация КД

Подбор нового сотрудника

Внедрили остатки с прогноза вместо вкусных подарков  
 Организовать прием по кол-ву и качеству в Грибках и в Твери

# Операционный

## План на след месяц

Подготовка к открытию дарк сторов. Формирование команды, согласование бизнес процессов  
 Организовать и внедрить доставку мороженого  
 Разработать новый макет коробки

КPI	План	Факт	Отклонение
Стоимость логистики доставки, % от выручки	10,10%	10,72%	-6,2%
Стоимость закупочной логистики % от выручки	1,80%	1,99%	-10,6%
Стоимость всех работ рц, % от выручки	3,17%	3,40%	-7,2%
Стоимость всех работ склада Грибки, % от выручки	0,32%	0,48%	-49,3%
Стоимость упаковочных материалов, % от выручки	2,20%	0,83%	62,3%
Общая стоимость всех операционных работ, % от выручки	15,07%	16,11%	-7%
Общая стоимость всех операционных работ + упаковка, % от выручки	17,27%	16,94%	2%
Доля обращений на доставку, % от кол-ва заказов	0,35%	0,34%	2,0%
Доля опозданий на доставку, % от кол-ва заказов	1,50%	2,1%	-41,3%
Доля отмен\замен на сборке % от кол-ва заказов	0,18%	0,38%	-110,1%
Доля обращений на работу рц, % от кол-ва заказов	0,07%	0,03%	51,7%
Списания на РЦ, %	0,55%	0,92%	-67,2%
Доля отмен по ответственности РЦ, % от заказов	0,65%	1,79%	-174,6%
Списания по пересорту по отв РЦ, руб	14000	18990	-35,6%

# Клиентский сервис

МАЙ 01.05-31.05.21		ПЛАН	ФАКТ	Отклонение
RFM	Выручка от возвращенных клиентов	1 835 125	2 523 344	138%
Обращения	Ср (часы)/неделя/рекламации	24:00	13:27	178%
	Недовольны решением по рекламации/%	6%	9,8%	61%
AR/%	Кол-во пропущенных звонков %	5%	4,0%	125%
SLA по обработке заказа	Ср (мин)/неделя/заказ	0:10	0:08	125%
SLA ответа в чате	Ср (сек)/неделя/чат	1:00	0:51	118%
Повторные заказы	Повторные заказы	12 950	9 792	76%
Отказы от заказов	% перепроданных заказов на доставке	80%	3,7%	5%
	после 1-ого заказа	70,0%	58,2%	83%
NPS	постоянного клиента (3 заказа)	70,0%	76,4%	109%
	постоянного клиента (7 и более заказов)	70,0%	71,2%	102%
	Доля клиентов, написавших хотя бы одну объективную рекламацию клиентов на Клиентский сервис	0,03%	0,03%	
<b>Сделано за 01.05-31.05.21</b>				
	1 Подключили Телеграм для клиентов			
	2 Перевыполнили план по выручки от возвращенных клиентов на 38% (5% от общей выручки)			
	3 Запустили тегирование входящей линии/обращений			

# Отдел качества

	май
общее кол-во план	8,07
факт	5,92

		план	месяц май	отклон ения
КРІ	Доля всех (объективных и субъективных) рекламаций на качество, % заказов	5,65	4,9	-0,75
Метрика	Доля объективных рекламаций на "Качество товара" относительно количества заказов, %	3,17	2,23	-0,94
Метрика	Доля субъективных рекламаций на "Качество товара" относительно количества заказов, %	2,48	2,67	0,19
Метрика	Доля клиентов, написавших хотя бы одну объективную рекламацию клиентов на Маркетинг (карточка товара), %	0,16	0,03	-0,13
Метрика	Кол-во аудитов фермеров с заключениями, шт	4	5	1,00
Метрика	Кол-во лабораторных испытаний, шт	10	6	-4,00
Метрика	Кол-во написанных спецификаций, шт	100	20	-80,00

## Что сделано:

1. Написано 20 спецификаций;
2. Разработано ТЗ по карточкам;
3. **Ввод продукции:** без ДС, хаотично (ставим задачу с дедлайном 1-2 недели);
4. **Аудиты:** Воробьев, Копылов, Леваковы, Рошаль, Соколан. Создан канбан совместно с КМ для прозрачности процессов.
5. **Инвентаризация:** начали участвовать, но пока не проводим и не подтверждаем;
6. **Декларирование продукции:** сделаны декларации на овощи и фрукты/ягоды.

## Фокус:

1. Написание СТО - сухофрукты и грибы;
2. Написание спецификаций;
3. Доработать и подписать регламент по открытию карточек;
4. Пест контроль на ОРСЕ;
5. Провести 4 аудита: Типикин, Михеев, новый поставщик Гаспарян (мясная категория), Ильичевы.
6. Провести лабораторные испытания, так как покупатели стали чаще в обращениях спрашивать протоколы исследований



# Финансовый отдел

- Открытость и честность - лучшая реклама
  - Наш клиент - близкий друг
  - Бежать навстречу своим возможностям
  - Мы - единое целое
  - Быть сфокусированным на действии
- 

# Отдел разработки

- + Увеличили команду:
  - + 2 back-end. Один уже работает, 2рой - 21 июня
  - + 1С под обучение в Дубна - с 15 июня
  - + 1С разработчик
  - + outsource команда с архитектором
- Притормаживаем все задачи на долгую не для dark store, если нет человека под это
- Прошу, если есть возможность, максимально не отвлекать ребят от работы
- В ближайшие 2 недели фокус - доделать весовые характеристики на сайте
- Переход кат. отдела в работу с 1С
- Расширение отдела 1С
- Построение программы обучения 1С для компании
- Переезд 1С сервера в облако + резервирование мощностей под dark store и ЧП
- На обсуждении - поиск на сайте
- Сборка на новых терминалах

- Открытость и честность - лучшая реклама
- Наш клиент - близкий друг
- Бежать навстречу своим возможностям
- Мы - единое целое
- Быть сфокусированным на действии