



ИТ большое и маленькое.
Для большой и
маленькой Розницы.



Потапенко Дмитрий Валерьевич
МВА, Экономика

Управляющий партнер
Группы Компаний

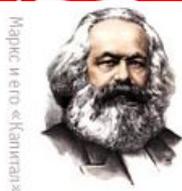
Management Development Group Inc. (Чехия)

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61



ТОВАРЫ ДЛЯ РЕМОНТА И ДЕКОРА
ВАШЕГО ДОМА



WALLMART.RU
КАК ДЕЛАТЬ ДЕНЬГИ





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

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

ГРУППА КОМПАНИЙ ЛОГОС
Распространение печатной продукции в России



**ХОРОШИЕ
НОВОСТИ**

Сеть мини-маркетов прессы

GRUNDIG



Карл фон Клаузевиц, Фельдмаршал

«Стратегические
просчеты невозможно
компенсировать
тактическими успехами»

Автоматизация сети?



www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

Сети всех направлений

- а) Розничные банковские услуги. Пример: «Альфа банк-экспресс» (и аналогичные структуры)**
- б) Распространение печатной продукции. Пример: «Дм-Пресс» (и аналогичные структуры)**
- в) Розничные продажи электроники, компьютеров и комплектующих. Пример: «Мир» (и аналогичные структуры)**
- г) Распространение страховых услуг. Пример: «Магазин Страховая касса» (и аналогичные структуры)**
- д) Мебель. Пример: «Шатура мебель» (и аналогичные структуры)**
- е) Одежда. Пример: «Фамилия» (и аналогичные структуры)**
- ж) Автомобили. Пример: «Рольф» (и аналогичные структуры)**
- з) Фармпрепараты. Пример: «Аптека 36.6» (и аналогичные структуры)**

Сети всех направлений

- и) Парфюмерия и косметика. Пример: «Летуаль» (и аналогичные структуры)
- к) Связь. Пример: «Евросеть» (и аналогичные структуры)
- л) Продукты питания. Пример: «Перекресток» (и аналогичные структуры)
- м) Фотоуслуги. Пример: «Кодак» (и аналогичные структуры)
- н) Бытовые услуги. Пример: «Диана» (и аналогичные структуры)
- о) Игровой бизнес. Пример: «Джек-пот» (и аналогичные структуры)
- п) Интернет-магазины. Пример: «Домотехника» (и аналогичные структуры)
- р) Детские товары. Пример: «Mother Care» (и аналогичные структуры)
- с) Туристические агентства. Пример: «Куда.ру» (и аналогичные структуры)
- т) Ресторанные сети. Пример: «Елки-Палки» (и аналогичные структуры)
- у) Сети уличного быстрого питания. Пример: «Обжорка» (и аналогичные структуры)
- ф) Сети кинотеатров. Пример: «Киноплекс» (и аналогичные структуры)

И далее везде ... www.MDG.SU

+7 495 518.61.61

Москва в цифрах

Более 31 000 предприятий розничной торговли

Порядка 75 розничных сетей

Вся сетевая торговля: не более 750 точек

Данные Департамента Потребительского рынка г. Москвы



ОСНОВНЫЕ БП КОМПАНИИ

- Товародвижение
- Анализ продаж и формирование ассортимента
- Анализ и сокращение издержек
- Выбор места под открытие Объекта

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ В КРІ

Стратегические цели		Ключевые показатели результативности – КРІ
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, %	

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ В КР1

	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.

ТЗ ИТ КОМПЛЕКС СЕТИ ПАЛАТОК

Задачи

- Низкая стоимость комплекса
- Срок службы от 11 мес
- Ограниченный функционал

ТАЙНЫЕ ЗАКОУЛКИ РОССИЙСКОЙ РОЗНИЦЫ. ИЗ НЕПЕЧАТНОГО.

Миф # 7 - Лицо (-а) принимающие решения в сфере IT понимает (-ют), что это не только 1С - 7 / 8

ЛУЧШЕЕ В НАС.

Умение работать на ограниченной площади и не тратить деньги на дорогостоящее «примочки»



ХАРАКТЕРИСТИКА МЕСТ ПРОДАЖ

На прикассовой зоне только тот товар, который нужен покупателю, а не ПРОИЗВОДИТЕЛЮ или РИТЕЙЛЕРУ.



ТЗ АВТОМАТИЗАЦИИ СЕТИ ПАЛАТОК

Задачи

-
- - Низкая стоимость комплекса
- - Срок службы от 11 мес
- - Ограниченный функционал
-
- **Железо**
- - Монохромный плоский монитор от 10"
- - Настольный системный блок с 2-мя usb портами
- - Встроенный/присоединяемый gsm модуль для передачи данных
- - Ручной сканер штрих-кодов
- - Проводная клавиатура и мышь
- Или планшетник с соответствующим вышеуказанному оборудованию функционалу

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

ТЗ АВТОМАТИЗАЦИИ СЕТИ ПАЛАТОК

- - Мфу
 - - Фискальный регистратор
 - - Удаленный сервер офис-склад
 -
 - **Софт**
 -
 - - Оболочка - Linux
 - - Офисный пакет - Openoffice.org (???)
 - - Почта - Evolution
 - - Адресная книга - Rubrica (???)
 - - Браузер - Google Chrome (???)
 - - Работа со сканером - Xsane
 - - База данных - Dia/KNoda
 - - Автоматизация учетной деятельности Keeper
 - - ERP/CRM - NauRP
www.7MD.EU
- +7 495 518.61.61

ТЗ АВТОМАТИЗАЦИИ СЕТИ ПАЛАТОК

- Пример: <http://www.openbravo.com/>
- **Функционал Софта и Железа**
- - Печать ценников
- - Сканирование товара и карт лояльности
- - Сканирование штрихкодов и накладных
- - Ввод карт лояльности
- **Софт. Фронт офис.**
- - Авто Заказ товара в центральный офис (не менее 70% от ассортимента)
- - Авто Заказ товара поставщика быстрооборачиваемого/скоропортящегося
- - Ввод приходящего товара в точке (новый ассортимент только через офис-склад)
- - Синхронизация раз в час книги продаж и принятого товара при наличии стационарной или GSM связи или передача флешки раз в день с актуальными данными
- - Печать чека
- - Ведение планogramмы www.zmd.eu

+7 495 518.61.61

ТЗ АВТОМАТИЗАЦИИ СЕТИ ПАЛАТОК

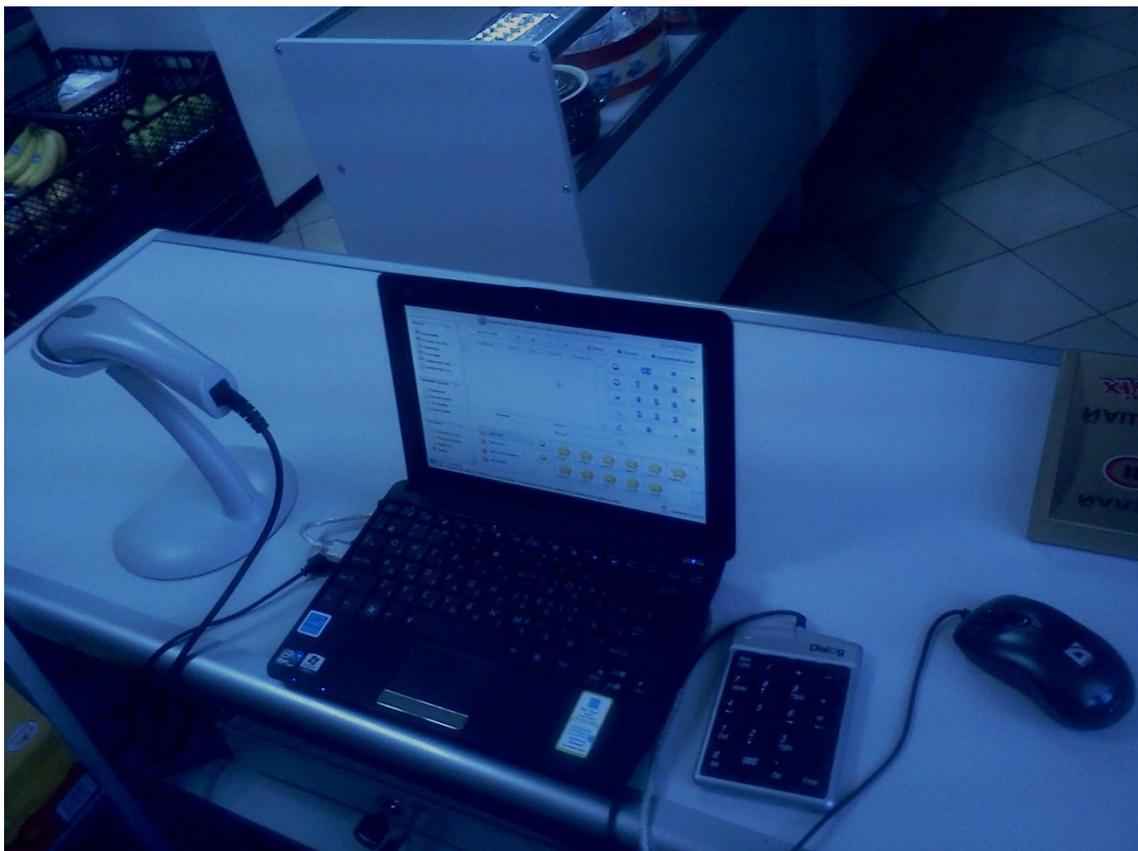
- Бэк офис. Софт.
- - Ввод ассортиментных позиций на удаленный сервер
- - Работа базы через "тонкого" клиента
- - Авто Заказ товара поставщику
- - Формирование ассортимента до 200 групп товаров, 50 подгрупп товаров, 20 граммажа, 20 плотностей/ жирностей и т.д.; 20 видов упаковки
- - Ведение 9 ассортиментных матриц/форматов палаток (3 уровня по 3 градации)
- - Ведение 9 планограмм
- - Автоматическое формирование отчетности для сдачи в налоговую для ИП, ООО на «Упрощенке» или «Вмененке» (не более того)
- - Интеграция в программы авто сдачи отчетности в ФНС
- Софт. Функционал. Склад.
- - Ведение ячеистого хранения товара

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

ЛУЧШЕЕ В НАС.

Умение не тратить деньги на дорогостоящее «примочки»



www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

ЛУЧШЕЕ В НАС.

Умение не тратить деньги на дорогостоящее «примочки»

Нетбук - Ubuntu 10.04 LTS
Openbravo POS,
Sun-java, mysql.

Железо

Нетбук Asus Eee PC 1001PX + мышь + хаб +
нумпад = 10 000 руб

Сканер штрих-кодов + подставка = 2 700 руб

Принтер Star TSP143 USB future print = 9 300 руб

Дополнительные приспособления покупателям ~ 7
000 руб

Склад б.у. компьютер и вебкамера – 4 тыс руб.

Итого: 33 т. рублей

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

КОЭФФИЦИЕНТ ТРУДОВОГО УЧАСТИЯ

BALANCED SCORECARD

ССП предлагает, но не накладывает ограничений рассматривать деятельность компании в 4 разрезах:

- Финансовая составляющая
- Клиентская составляющая
- Бизнес-процессов
- Кадровый потенциал

BALANCED SCORECARD

Проекция клиентская

- доля рынка и доля потребителя
- показатели сохранения клиентской базы
- показатели расширения клиентской базы
- показатели удовлетворенности клиента
- финансовый результат по клиенту
- потребительская ценность предложения (характеристика продуктов, отношений с клиентами, имидж и репутация)

ОТВЕТ ПО-НАШЕМУ...



www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

РИТЕЙЛ ВЧЕРА



www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

ЗАВТРА?



www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

ЯПОНСКАЯ ПРИТЧА

Увидел Будда, что строится новая пагода, и решил спросить у людей, что они делают?

Первый ответил: «Я ношу камни».

Второй сказал: «Я строю здание».

Третий произнес: «Я возвожу Храм!»

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**

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61