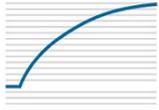


**Дельта Менеджмент**  
консалтинговая фирма

# Построение новых и аудит существующих дилерских сетей

Компетенции компании. Используемая методология.

Презентация



# Практический опыт партнёров

## PORSCHE RUSSLAND

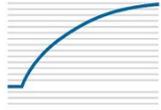
- Проведено исследование автомобильного рынка в своем сегменте.
- Составлены бизнес-планы «ПОРШЕ РУССЛАНД» и «ПОРШЕ ЦЕНТР МОСКВА»
- Разработана программа обучение персонала
- Подготовлен план развития дилерской сети в России.
- Разработана процедура финансирования автомобилей для дилеров

## Ford Motor Company

- Создана и развита сеть дилеров по всей России
- Внедрены Стандарты Дилера по отношению к клиентам
- Проведена сертификация дилеров
- Разработана и внедрена система «Сервисных дилеров» в регионах
- Разработана программа обучение персонала

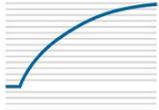
## Volvo Cars International AB

Разработаны и регулярно проводились следующие учебные курсы: Повышение уровня удовлетворения клиентов, Управления и построение финансовых планов работы Сервисной Станции; Управление складом запасных частей и логистика; Чтение каталогов и продажи запасных частей; Администрирование гарантийного обслуживания ; концепция Оригинальных запасных частей; Кузовной ремонт и окраска автомобилей-Технология ремонта агрегатов; Диагностика и ремонт электронных систем управления; Особенности новых автомобилей



# Основная цель дистрибуции в АВТО индустрии.

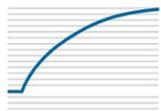
Обеспечение непосредственного контакта с конечным потребителем в форме долгосрочного сотрудничества, создающего устойчивую лояльность к бренду и авторизированной производителем дилерской сети.



# Вопросы национального дистрибутора.

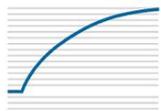
- 
1. С кем конкурируем по продукту и по цене?
  2. Своя вновь созданная дистрибуция или использование чьей-то уже существующая? Возможные синергии?
  3. Какая связь между позиционированием бренда на рынке и моделью дистрибуции?
  4. Как выбранная модель дистрибуции скажется на позиционировании бренда и суб-брендов в продуктовой линейке?

- 
1. **ВЫБОР** модели дистрибуции.
  2. Правильная **ФОРМАЛИЗАЦИЯ** модели дистрибуции.
  3. Правильный выбор **ПАРТНЕРОВ**-дилеров.



# Методология построения Авто-дистрибуции.

- ЭТАП 1 Ценовое и потребительское исследование рынка.
- ЭТАП 2 Выбор оптимальной модели дистрибуции из имеющихся альтернатив.
- ЭТАП 3 ФОРМАЛИЗАЦИЯ модели дистрибуции.
- ЭТАП 4 Методология внедрения.
- ЭТАП 5 Методология аудита работающей дилерской сети.
- ЭТАП 6 Мониторинг работающей дилерской сети и ее дальнейшая оптимизация



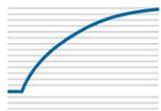
# Этап 1. Ценовое и потребительское исследование рынка.

## КОНКУРЕНТЫ

1. Классификация производителей по:
  - доле рынка,
  - ассортиментному ряду;
  - ценовой политике,
  - плану производства.
2. Сегментация производителей по:
  - ассортиментному ряду;
  - ценовой политике;
  - структуре дистрибуции.

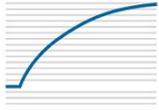
## ПОТРЕБИТЕЛИ

1. Основные потребители в различных сегментах и их характеристики.
2. Основные тенденции потребления в сегменте:
  - количество,
  - ассортиментный ряд,
  - цены,
  - регионы;
3. Платежеспособный спрос;
4. Процесс и критерии принятия решений о покупке:
  - цена,
  - качество,
  - своевременность.



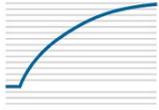
## Этап 2. Выбор оптимальной модели дистрибуции.

1. Оценка требуемой ресурсной базы.
2. Формирование «Пошаговой программы реализации модели дистрибуции».
3. Определение временного периода перехода на новую модель (по возможности для каждого этапа).
4. Определение показателей эффективности работы модели дистрибуции (KPI).



## Этап 3. ФОРМАЛИЗАЦИЯ модели.

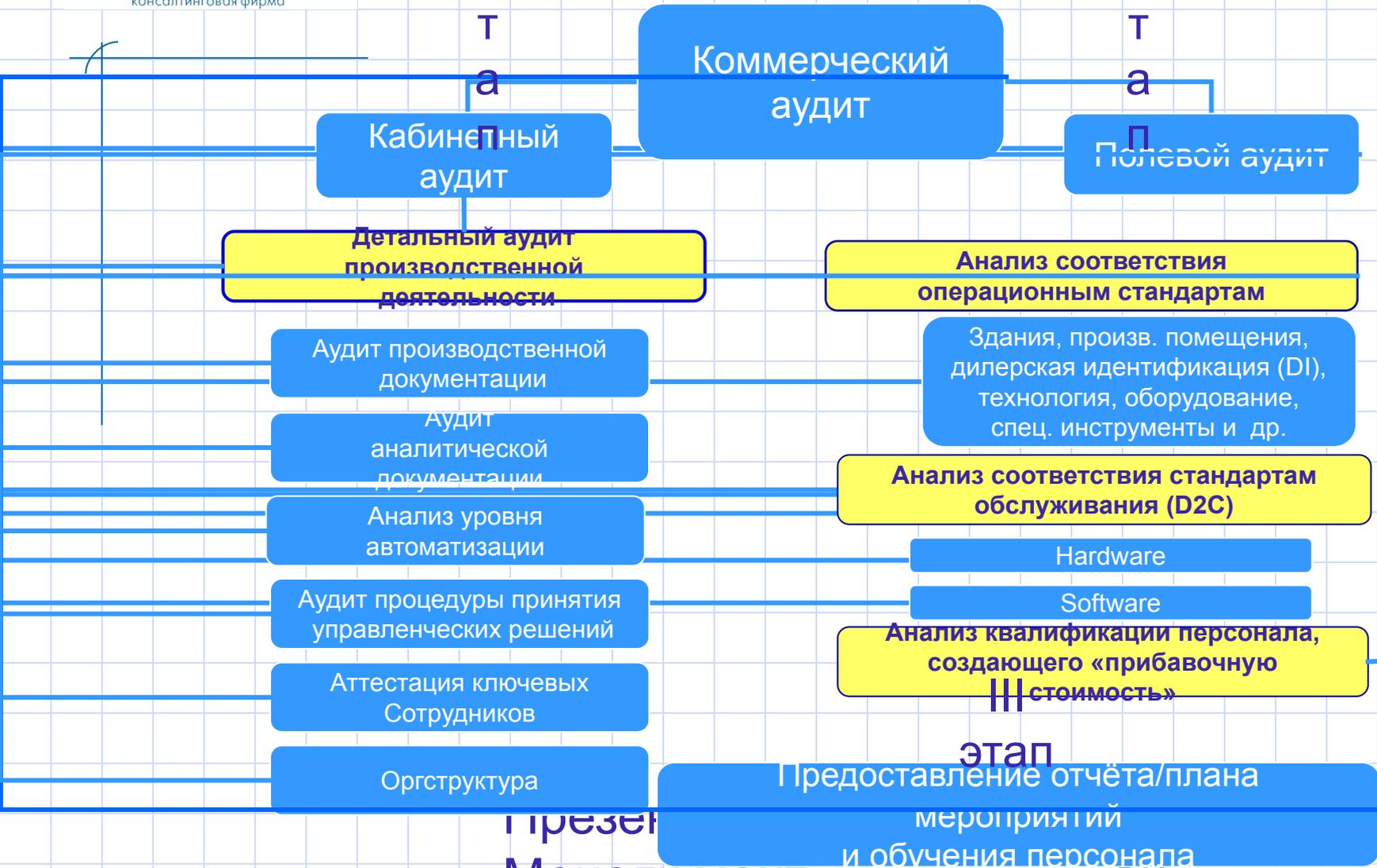
1. Требования к Производителю при работе с Дилером.  
**(COMPANY to DEALER standards).**
2. Система кратко/долгосрочного планирования формирования заказа.  
**(Short and long range planning).**
3. Процесс подачи-обработки, производства-поставки  
**(ORDER to DELIVERY process).**
4. Разработка стандарта работы дилера с клиентом.  
**(DEALER to CUSTOMER standards).**
5. Операционные и внешние идентификационные требования к дилеру.  
**(OPERATIONAL standards, DEALER IDENTIFICATION standards).**
6. Программа мотивации дилеров.  
**(BONUS & INCENTIVES PROGRAMS)**

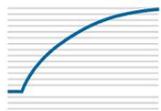


## Этап 4. Методология внедрения.

1. Мониторинг существующих операций дилеров.
2. Подготовка «Программы стандартизации» для каждого из дилеров (бизнес-процессы для каждого дилера).
3. Подготовка «Бизнес-плана» каждого дилера.
4. Подготовка «Программы обучения дилеров».
5. Внедрение «Программы стандартизации» и утверждение «Бизнес-плана» у дилера.
6. Обучение различных категорий персонала.

# Этап 5. Методология аудита работающей дилерской сети.





# Этап 6. Мониторинг и оптимизация работающей дилерской сети.

## 1. CSI (customer satisfaction index)

- Sales experience
- New vehicle experience
- After sales experience

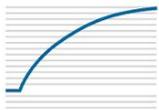
## 2. KPI

## 3. Мониторинг выполнения стандартов

- Order to delivery
- Company-to-Dealer
- Dealer-to-Customer

## 4. Разработка планов оптимизации и их внедрение

## 5. Обучение персонала



**Дельта Менеджмент**  
консалтинговая фирма

# Наши координаты

Адрес: г. Москва, 115093,  
Б. Серпуховская ул., д.32  
Телефон: +7 (495) 981-07-49

E-mail: [newclients@delta-management.ru](mailto:newclients@delta-management.ru)

Web-site: [www.delta-management.ru](http://www.delta-management.ru)



Презентация Дельта  
Менеджмент