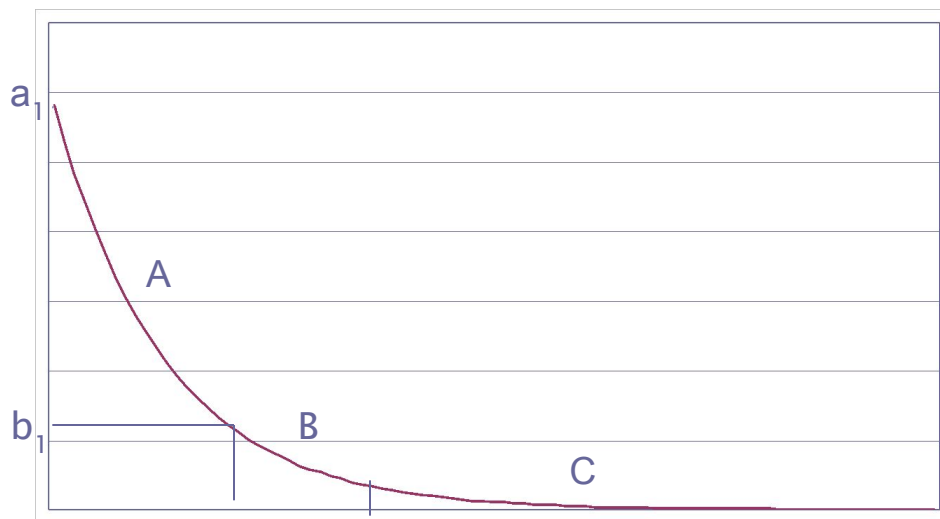


ПОИСК НОВЫХ ПУТЕЙ:

реорганизация системы продаж по методологии SFM



## график идеального распределения объемов продаж



коэффициент  $AB = a_1 / b_1 = 4,3$

| категория | % от дохода | % от количества |
|-----------|-------------|-----------------|
| A         | 80          | 20              |
| B         | 16          | 16              |
| C         | 4           | 64              |
| D         | 0           | 0               |

# SFM (Sales Forces Management)

М  
П  
Л П  
вертикаль власти: анализ – план – контроль

К Д О  
Г Г Т  
базовая сбытовая процедура

а  
н  
и  
е

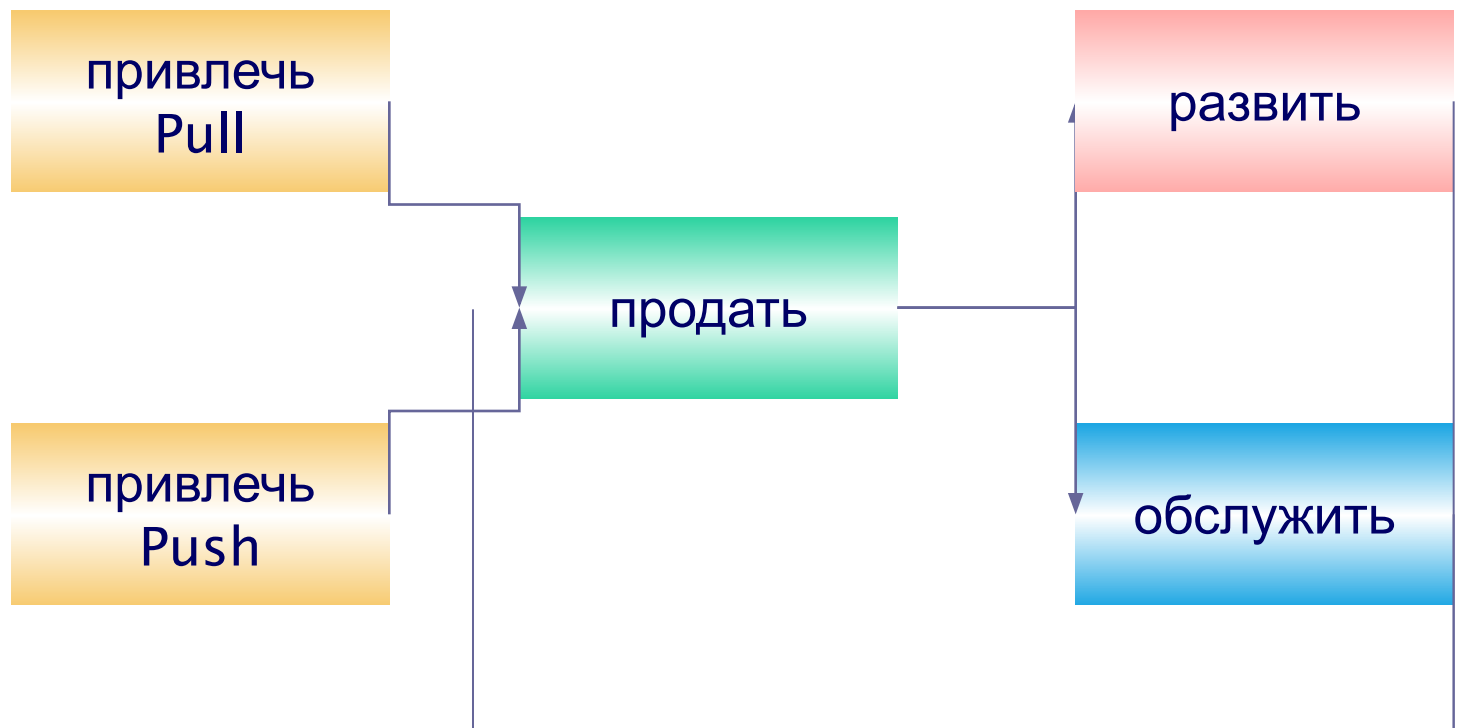
о  
в  
к  
а

а  
ц  
и  
я

адаптивная организационная структура

адекватная автоматизация

## сбытовая процедура



## планирование (сбалансированные показатели)



сколько? = деньги

где? = территории

кому? = клиенты

как? = процедуры

как часто? = нормативы

кто? = бюджет персонала

## КОНТРОЛЬ



стандарты

---

измерение

---

корректировка

---

## норматив по поиску и отбору



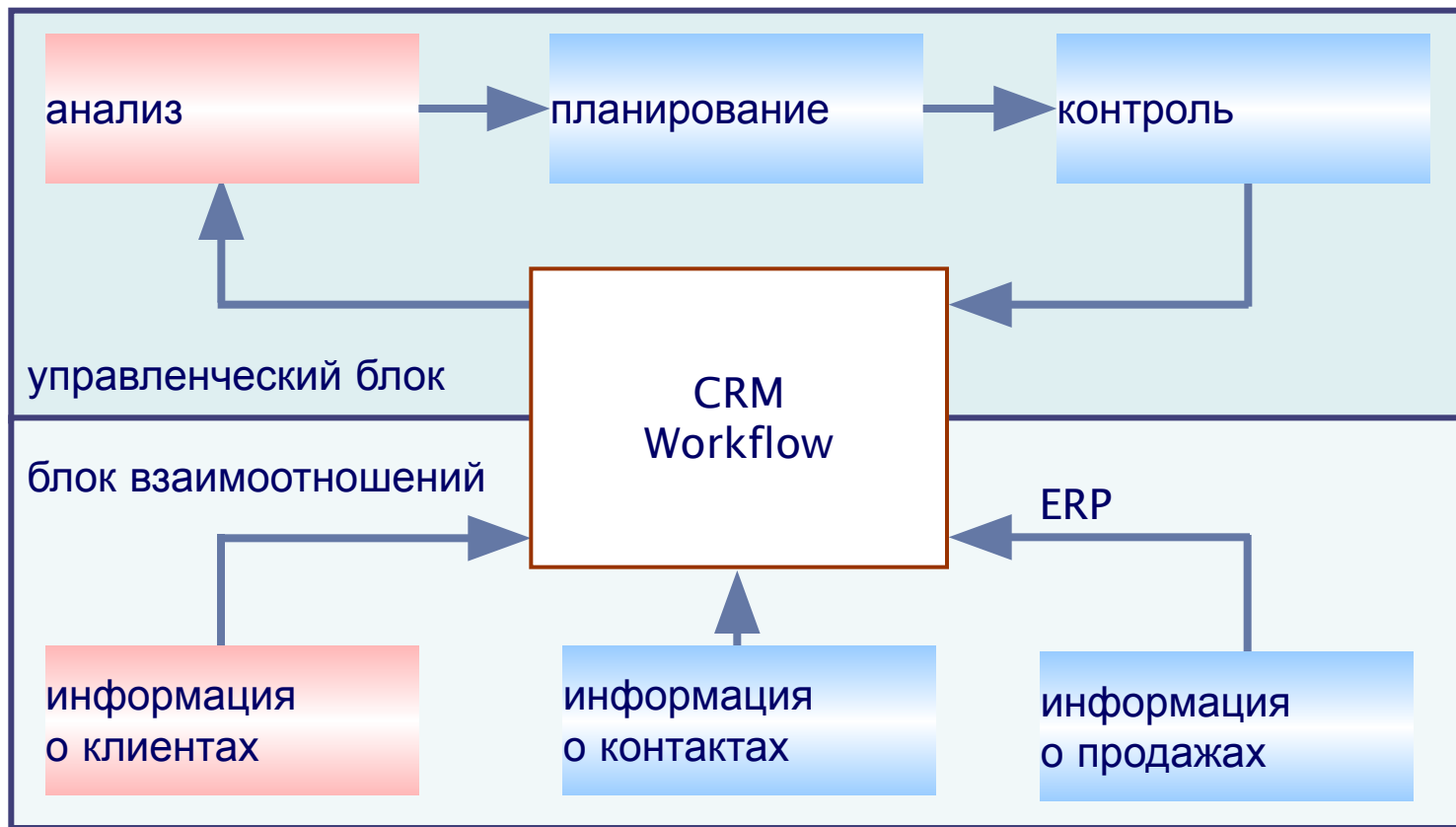
## МОТИВАЦИЯ



создание условий,  
при которых персонал  
стремится выполнить **план**



## адекватная автоматизация. CRM



спасибо за внимание!

Вадим Дозорцев

Контактная информация:  
(495) 788-09-41  
[www.bernerandstafford.ru](http://www.bernerandstafford.ru)