



Ритейл 2016.
Стратегия
Операционные тенденции.
и IT в ней.

Противоречия и Синергия IT



Потапенко Дмитрий Валерьевич
МВА, Экономика

Управляющий партнер
Группы Компаний

Management Development Group Inc. (Чехия)



ТОВАРЫ ДЛЯ РЕМОНТА И ДЕКОРА
ВАШЕГО ДОМА

Маркс и его «Капитал»



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»

Оцените новости

1. Директор по IT работающий в компании -
Официант
2. Директор по IT - Бог

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

Сетевые Рестораны и Магазины:

- Неудачное местоположение (Ошибка в размещении)
- Завышенные операционные расходы
- Завышенные инвестиционные затраты
- Несоблюдение стандартов корпоративного обслуживания



Производители и Дистрибуторы:

- Физическое закрытие производств и разорение дистрибуционных компаний
- Завышенные операционные расходы
- Завышенные инвестиционные затраты
- Несоблюдение стандартов корпоративного обслуживания



Октябрьские тезисы

- То что называют «Кризисом», не грипп и не наводнение.
- Этим невозможно переболеть или переждать или перетерпеть.
- Это глобальное падение Спроса. На Любую продукцию и Услуги.
- Ты Готов?



Потапенко Д.В.

www.MDG.SU

+7 495 518.61.61

Москва в цифрах

Более 20 000 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

ТАЙНЫЕ ЗАКОУЛКИ РОССИЙСКОЙ РОЗНИЦЫ. ИЗ НЕПЕЧАТНОГО.

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

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 КРІ

	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.

КОЛЕСО НАПИСАНИЯ БП

1. Стандартизировать

В наличии должны быть:

- а) стратегический бизнес-план, отражающий стратегические цели в виде систем количественных и качественных показателей.
- б) Система управления: оргструктура; функции; бизнес-Процессы.
- в) Модель бизнеса должна быть документирована.
- г) Бюджеты – сформированы.

КОЛЕСО НАПИСАНИЯ БП

2. Оптимизировать

- а) способы оптимизации налогообложения и механизмы работы с рисками;
- б) корпоративная Религия и ее элементы;
- в) источники финансирования проектов и бюджетного Дефицита.

КОЛЕСО НАПИСАНИЯ БП

2. 1. Вернутся на Шаг № 1

КОЛЕСО НАПИСАНИЯ БП

3. Контролировать на Шаге № 1 и № 2

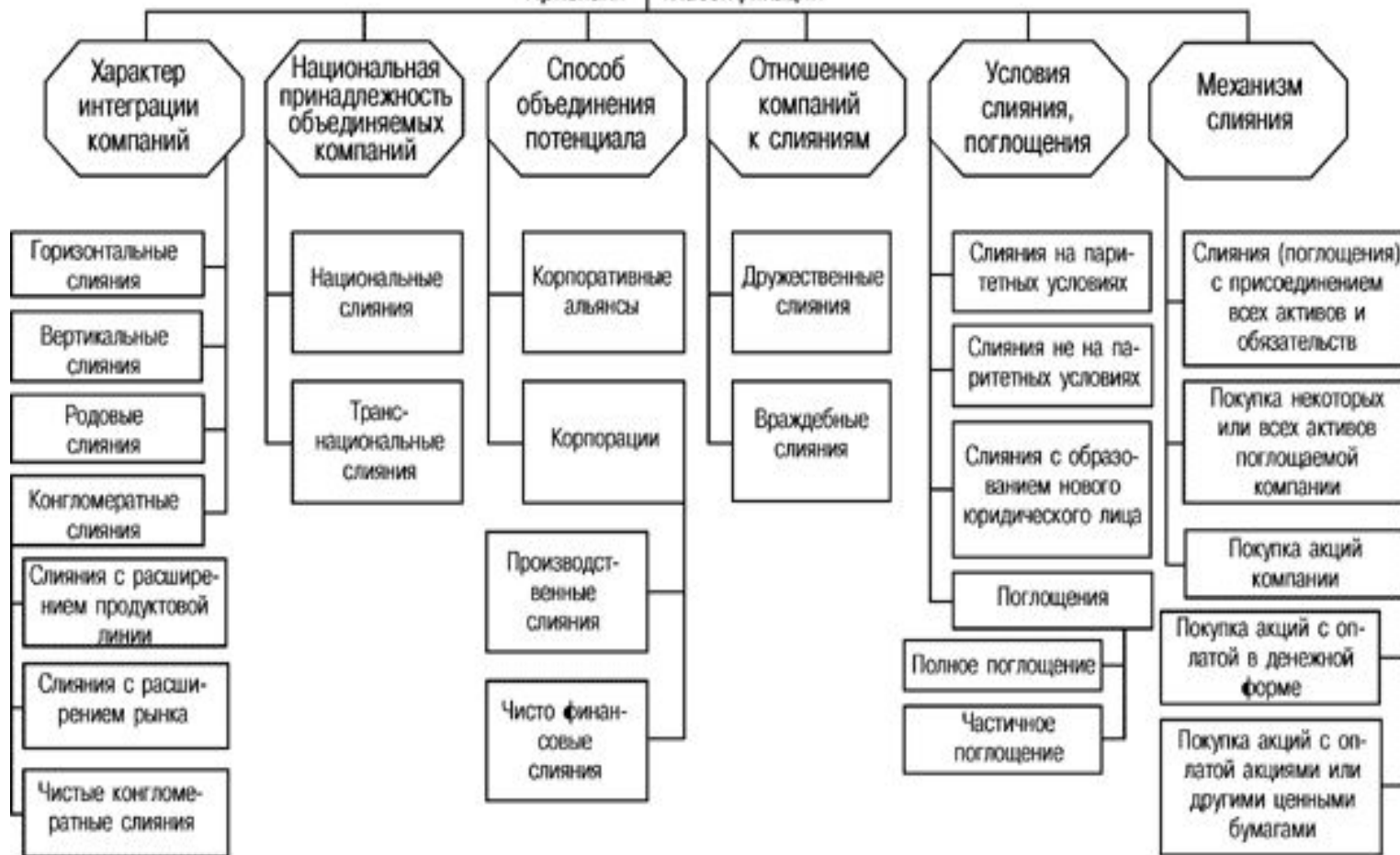
а) границы финансовых полномочий

б) должны работать только оговоренные
заранее механизмы контроля, оценки и
вознаграждения,

в) систему стратегического управления:
от ключевых целей к сбалансированной
системе показателей и далее к
операционным бюджетам

Слияния и поглощения компаний

Признаки классификации



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.



Темы переговоров:

- Вводимый ассортимент
- Цены
- Денежный мешок:
 - Компенсации (тикеты)
 - Рост объема (ретро-бонусы)
 - Открытие новых магазинов
 - Логистика и централизация
 - Списание/возврат брака
 - Отсрочка платежа
 - Годовая промоактивность
 - Мерчандайзинг
 - Ввод / ротация новых продуктов
- Планограмма (выкладка)

КОЭФФИЦИЕНТ ТРУДОВОГО УЧАСТИЯ

BALANCED SCORECARD

Система Сбалансированных
Показателей структурный подход к
формированию показателей
управления предприятием.

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)

BALANCED SCORECARD

Проекция бизнес-процессов позволяет измерить их эффективность для последующего управления:

- ⦿ показатели процесса инноваций
- ⦿ показатели бизнес-процессов, обеспечивающих лидерство
- ⦿ показатели послепродажного обслуживания

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!»

Остались вопросы?

● **ГОТОВ ОТВЕТИТЬ!**

Potapenko.RU

www.7MD.EU

+7 495 518.61.61

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