

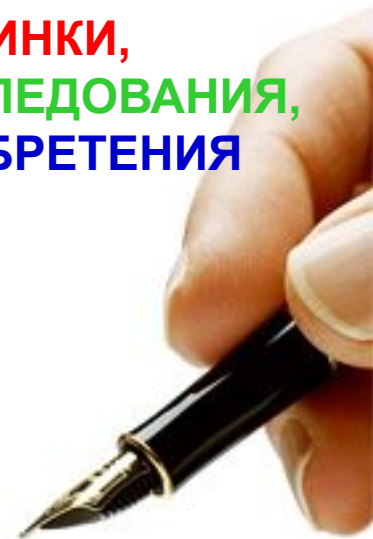
НОВИНКИ, ИССЛЕДОВАНИЯ, ИЗОБРЕТЕНИЯ

НОВИНКИ, ИССЛЕДОВАНИЯ, ИЗОБРЕТЕНИЯ

2006-2007

НОВИНКИ,
ИССЛЕДОВАНИЯ,
ИЗОБРЕТЕНИЯ

*результат деятельности
рабочей группы
дистрибьюторов города
Сыктывкара*



Выявили две проблемы:

- **Низкий уровень потребления продукции (личные закупки)**
- **Много дистрибьюторов выбывает**

НОВИНКИ,
ИССЛЕДОВАНИЯ,
ИЗОБРЕТЕНИЯ



Что сделали:

- Создание группы по работе с клиентами и потенциальными клиентами (клиенты – дистрибьюторы, розничные клиенты)

Группа состоит из 7 человек (от Мастера до Бизнес Директора)

- Создание инструментов: массовое информирование (письма, СМС, электронная почта), новые адресные мероприятия для разных групп людей (их можно использовать в масштабе города и небольшой веточки), составлено расписание на год вперед (на каждый день с темами и спикерами)
- Внедрение наработок в нашем городе (мероприятия с мая 2006, рассылка с октября 2006 года)

Провели анализ эффективности технологии:

- **информационные письма** (средний личный закуп дистрибьюторов из контрольных групп, эмоциональный отклик)
- **адресные мероприятия** (графики продаж отдельных продуктов, посещаемость мероприятий, кол-во гостей на мероприятиях, отзывы)

В результате:

- увеличилась посещаемость адресных мероприятий
- увеличился средний закуп посетителей РДЦ
- увеличились объемы продаж промотируемых продуктов
- выбываемость (контрольные группы и остальные), в контрольных группах выбывают единицы, в остальных - десятки

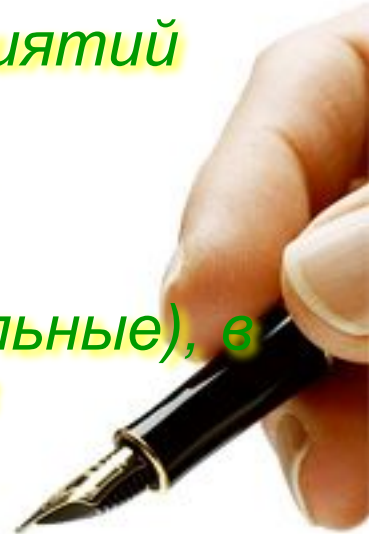
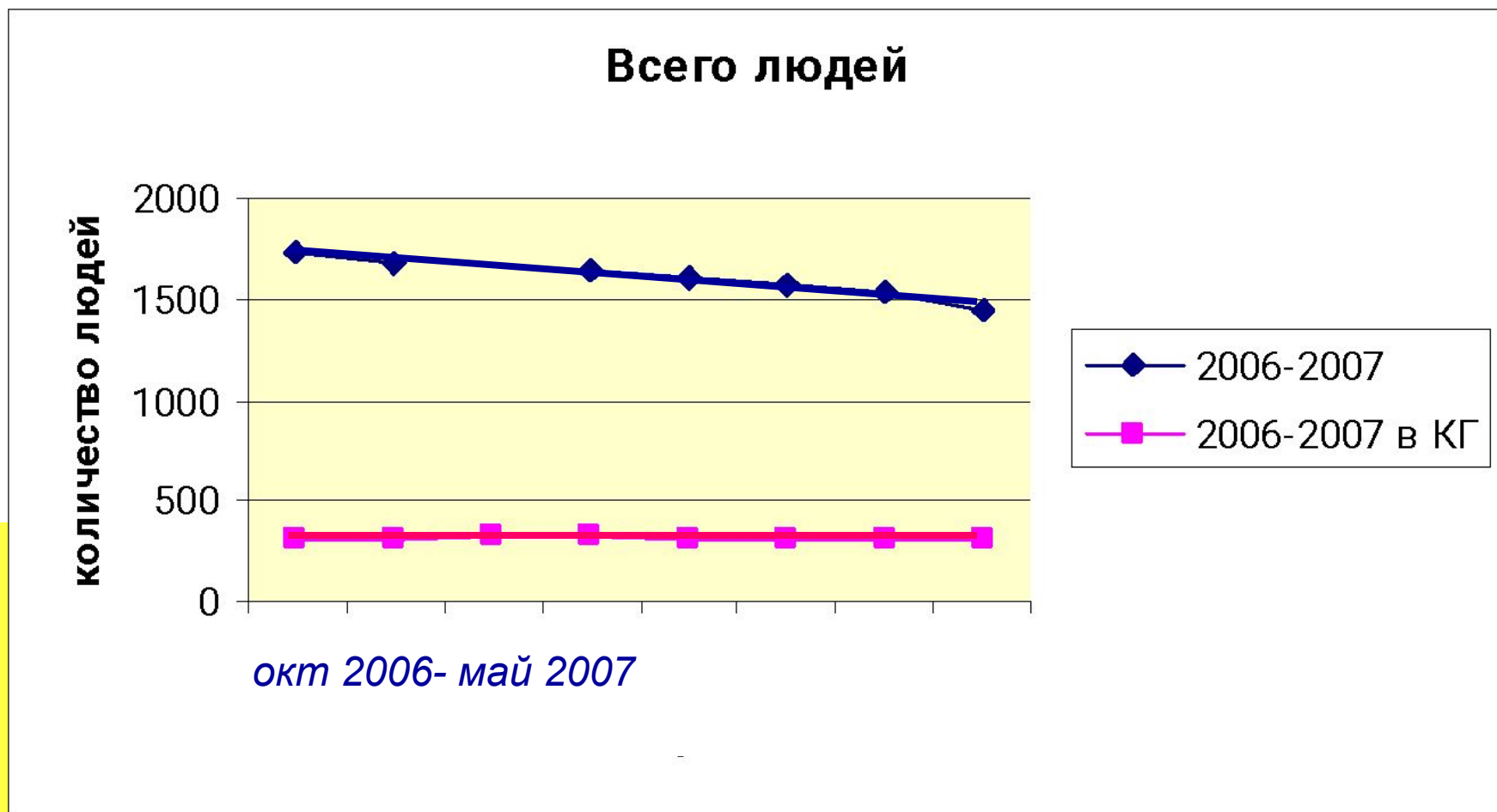
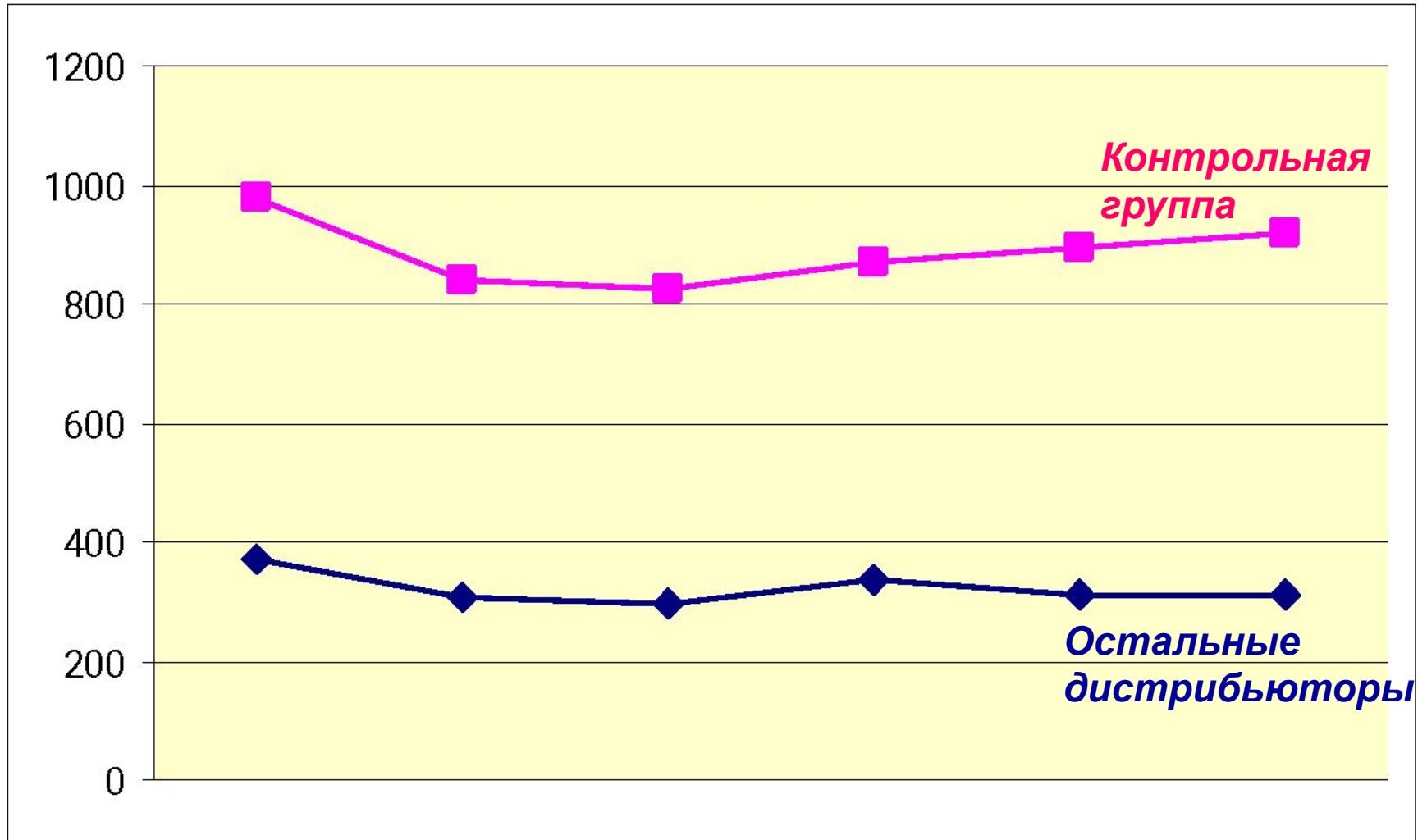


График сравнения кол-ва дистрибьюторов (выбывание) в контрольной группе и остальных

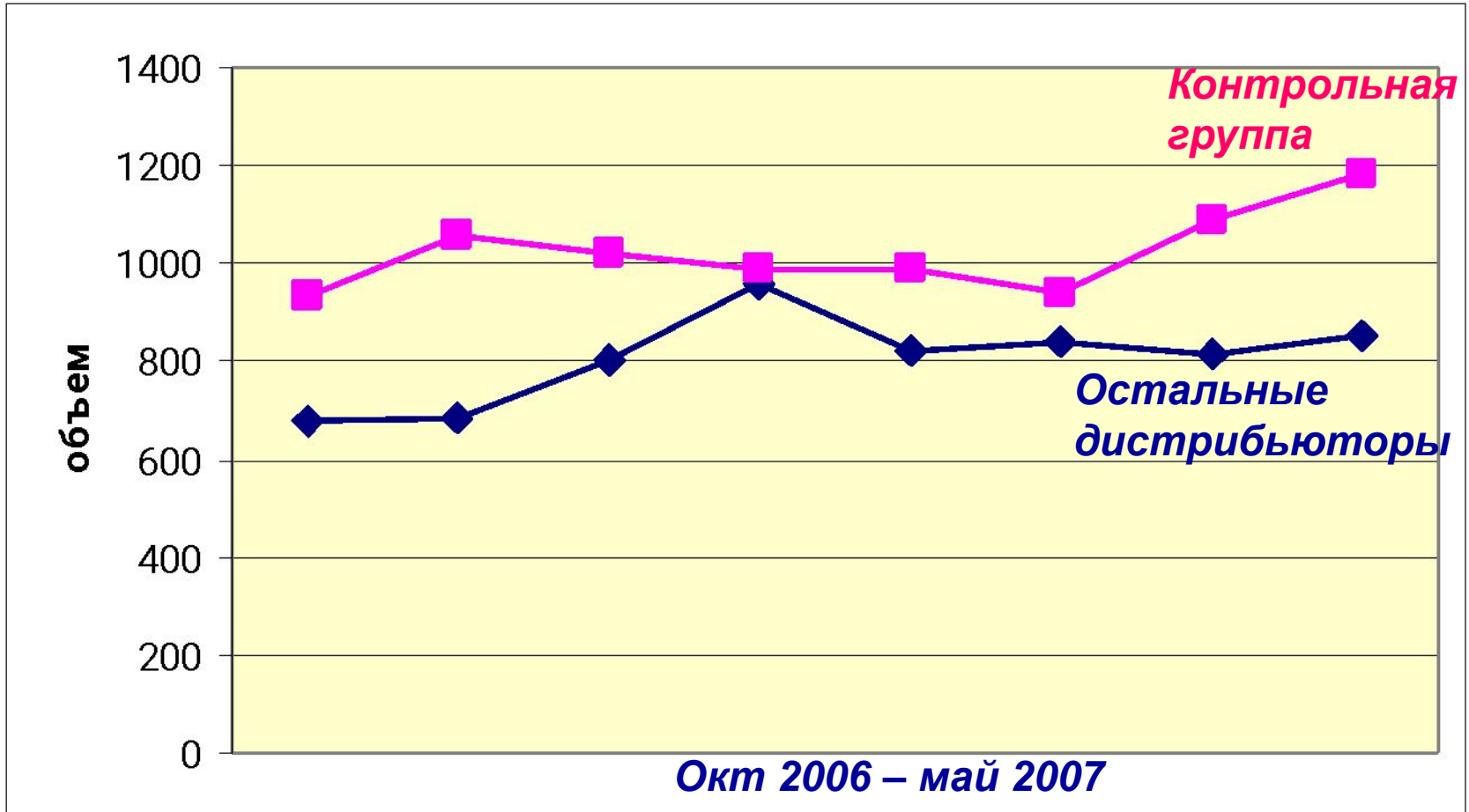


2006-2007

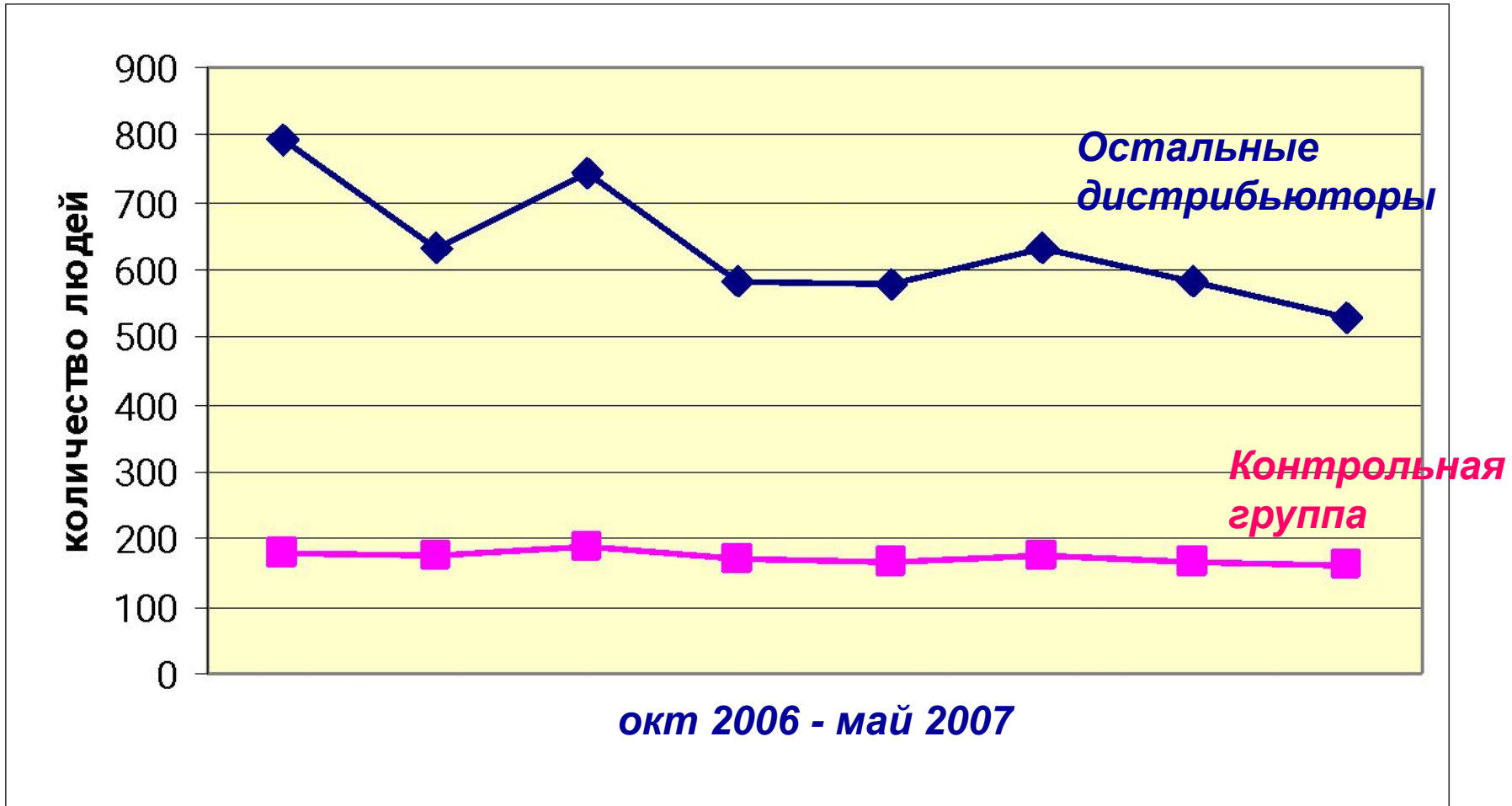
**График среднего личного объема
(с нолями)**



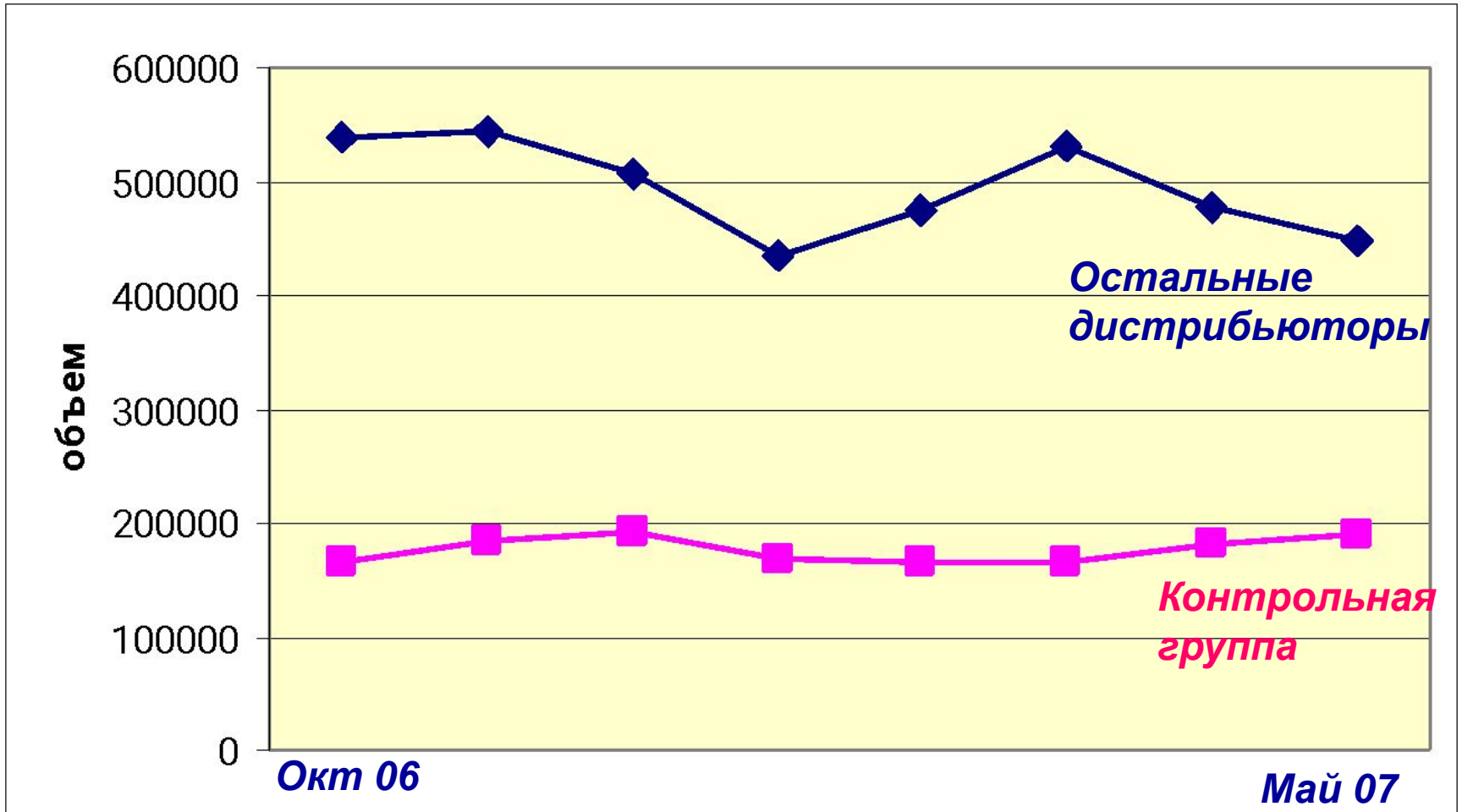
**График среднего личного объема
(без нолей, только те кто делает объем)**



Дистрибьюторы, делающие личный объем



Динамика роста группового объема



Информационные письма (план)

- **Анонс отдельным мероприятиям (приглашение)**
- **Расписание на месяц**
- **Напоминание о Личном заказе (300 очков)**
- **Изменения в маркетинг-плане**
- **Оздоровительные программы (в виде таблиц)**
- **Результаты использования продукции**
- **Рецепты из Апицампы**
- **Адрес и режим работы РДЦ, акции на РДЦ**
- **Напоминание дистрибьютору о 4 предупреждении (именное)**
- **Поздравление с праздниками**



Адресные мероприятия, созданные рабочей группой

- **Развернутая школа по продукту (программное применение продукции)**
- **Кулинарный день**
- **Дискотека, вечер юмора**
- **Открытая дегустация**
- **Презентация с историями успеха**
- **Апи пикник**
- **Детские праздники**
- **Клуб садоводов**

Кулинарный день





BLANK

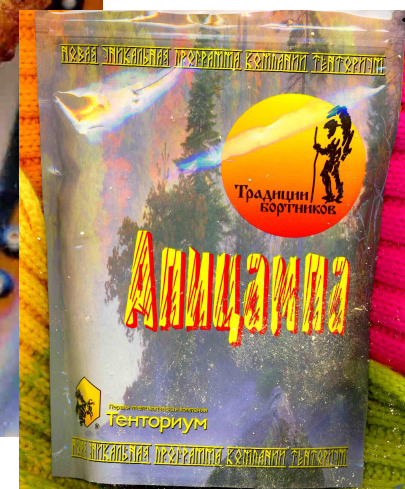












АПИЦАМПА





... (незагоренная)
... постепенно добав
... и перемеш
... съедать ср





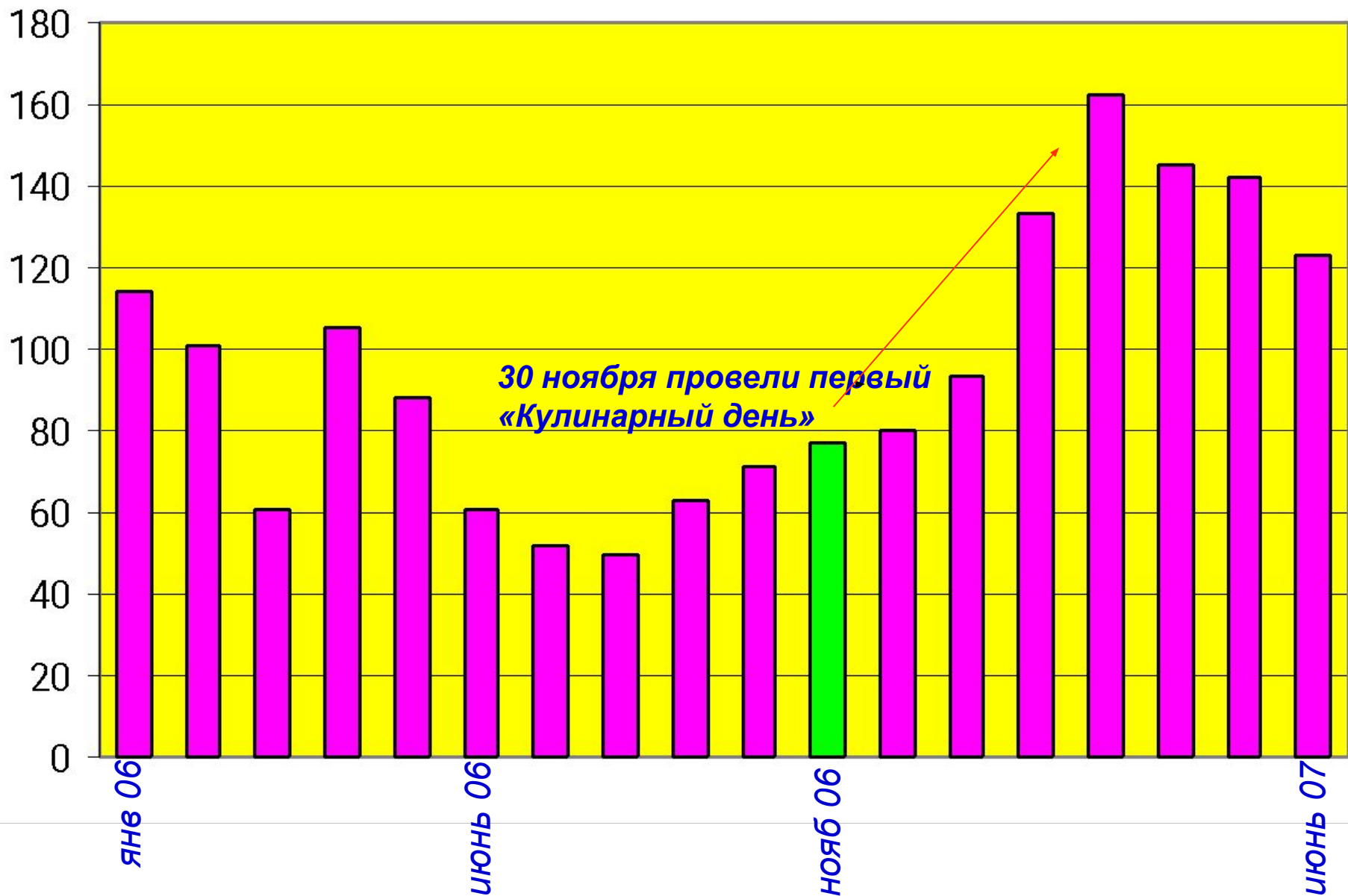




Кулинарный день (было уже 4 раза)

- Периодичность – 1 раз в 2 месяца***
- Кол-во участников – 174 человека из них
151 - гости***

График объема продаж «Апицампы» на РДЦ



Детские утренники













Детские праздники (было 7 раз)

- *Кол-во участников:*
 - 165 взрослых (из них 60 гостей)*
 - 242 ребенка*



дискотека

Дискотеки (1 раз в месяц)

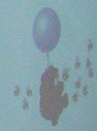
- *Было 5 дискотек*
- *Посетило – 361 человек (из них гостей около 150)*

Открытые дегустации



Мёд "Парма"

Пчелы появились более 60 млн лет назад, медом лакомились еще древние люди. Отечественному пчеловодству около 3 млн лет. До 18 века люди в пищу употребляли мед. Широко использовался земскими врачами. Мед – удивительный продукт!

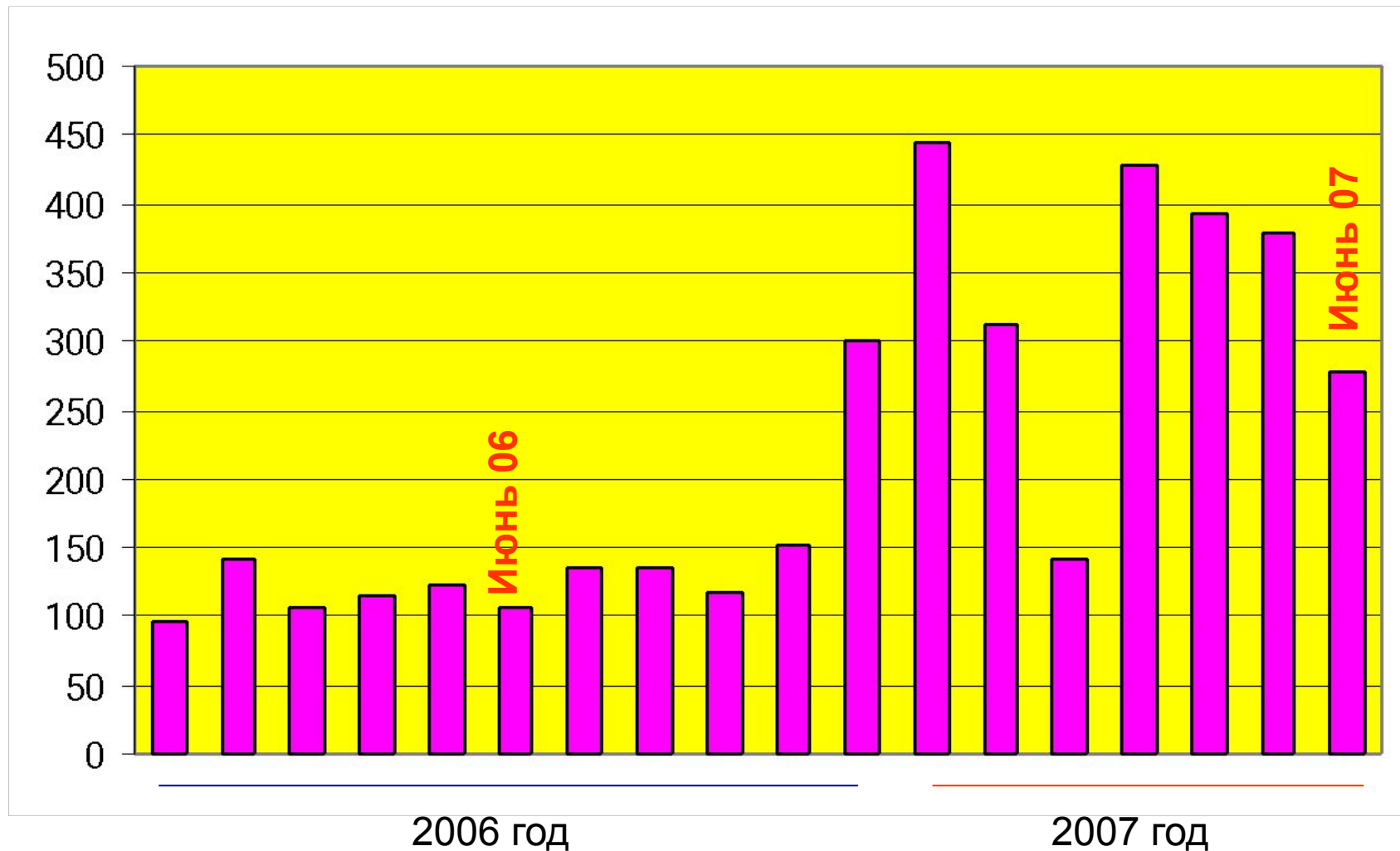




Открытая дегустация продукции (было 2 раза)

- Периодичность – 1 раз в месяц*
- Кол-во слушателей – 144 человека (из них 38 гостей)*

График продаж меда «Парма» (500 гр) на РДЦ



Праздник в стиле SPA

Школы по продукту

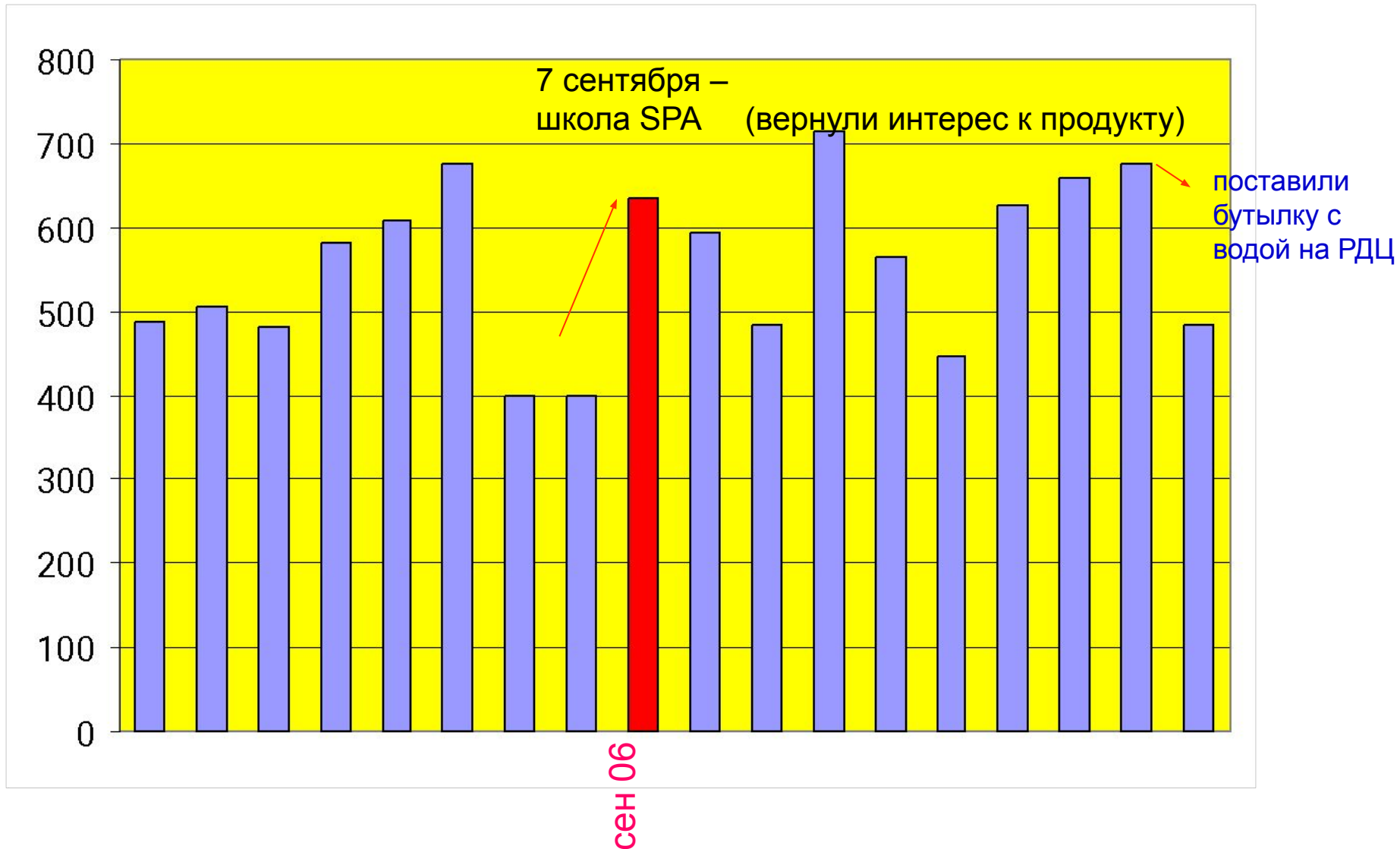




21/06/2007



- *График продаж минеральной воды на РДЦ*









Апи пикник

- *В этом году был 1 раз*
 - 46 взрослых*
 - 13 детей*
 - 8 дошкольников*

Клуб садоводов



Клуб садоводов (был 4 раза)

- *Периодичность – 1 раз в месяц*
- *кол-во участников – 94 человека (10 гостей)*

график продаж «Репелента» на РДЦ

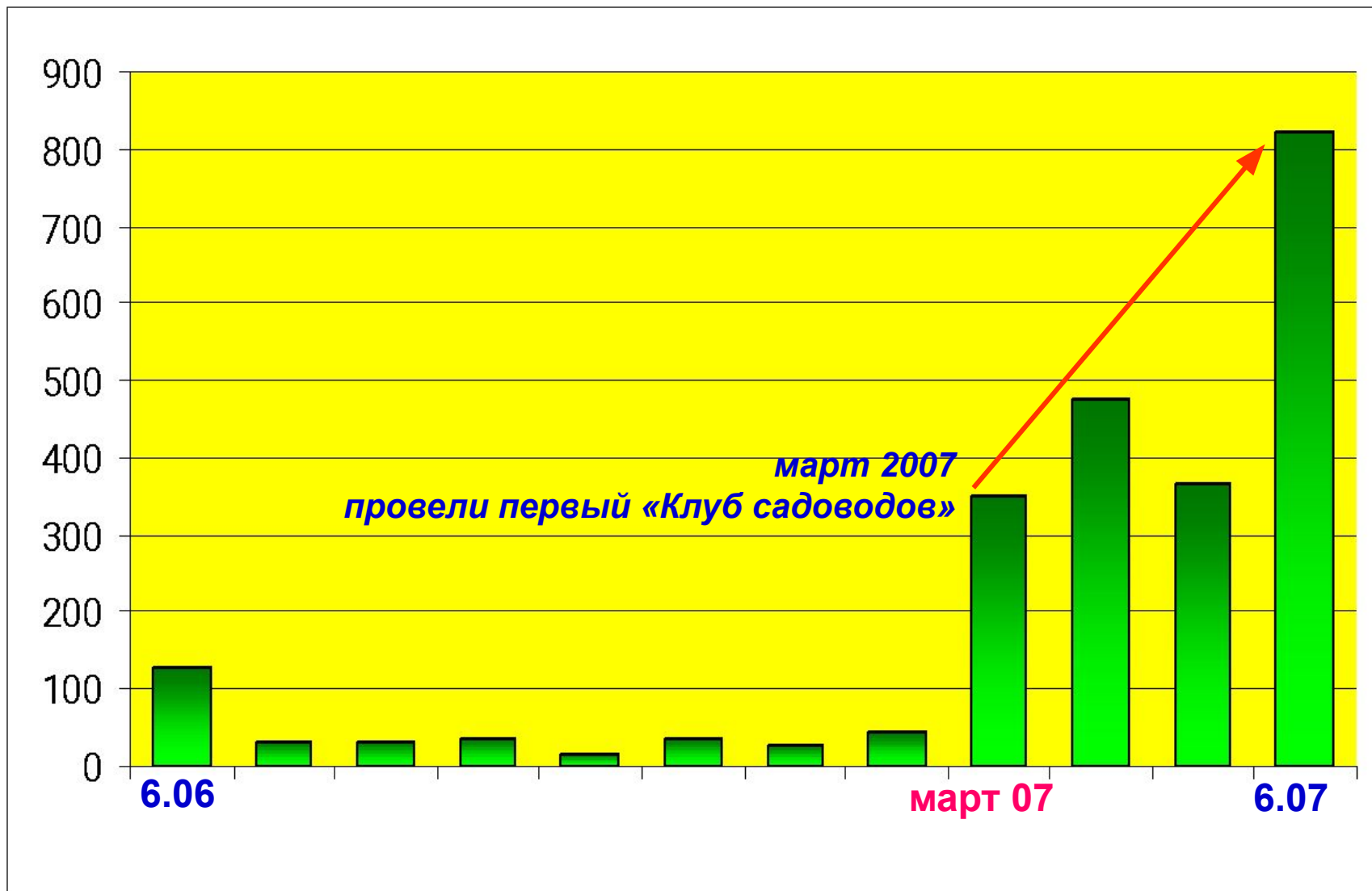


График роста среднего личного объема закупок дистрибьюторов на РДЦ

*массовое информирование,
новые мероприятия (окт 2006)*

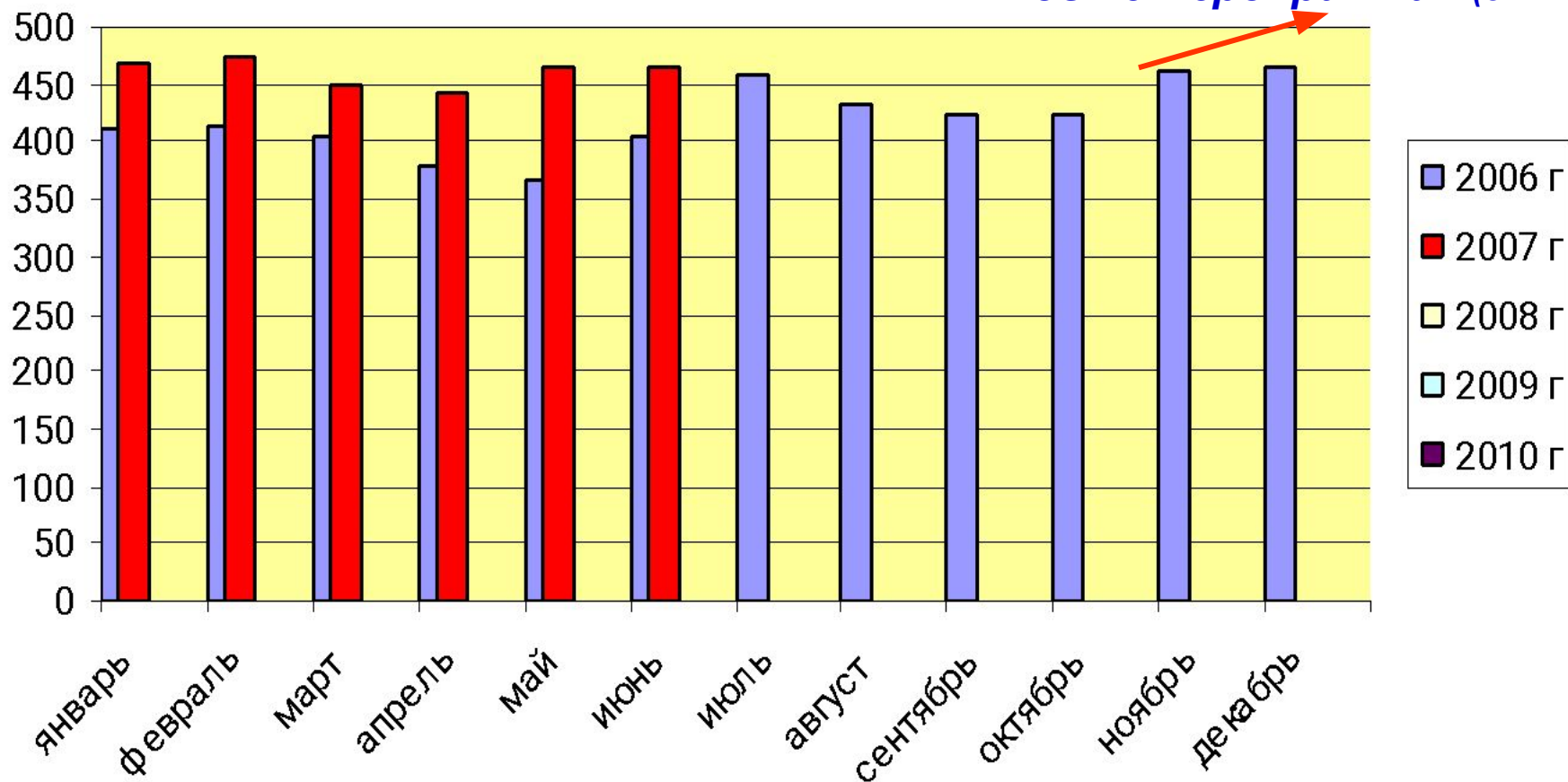
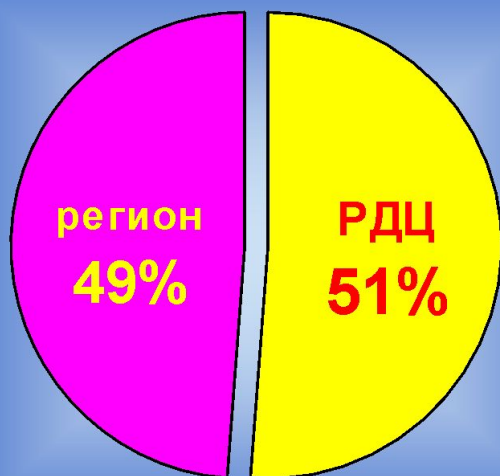


График соотношения объемов РДЦ и филиалов

Январь 2007



Июнь 2007



Наши планы на будущее:

- *Работа над проблемой низкого подписания:*
 - *создание рабочей группы, инструментов, технологий*
 - *внедрение технологий в наши регионы*
 - *продолжать увеличивать потребление продукции дистрибьюторами*

НОВИНКИ,
ИССЛЕДОВАНИЯ,
ИЗОБРЕТЕНИЯ

