



**СНЕЖНЫЙ БАРС**

**Забайкальский край  
ЧИТА**

# 2019 / 2020



ОБОРОТ

165 МЛН.

490 МЛН.

ВАЛОВАЯ

28 МЛН.

135 МЛН.

рентабельность

17 %

28 %

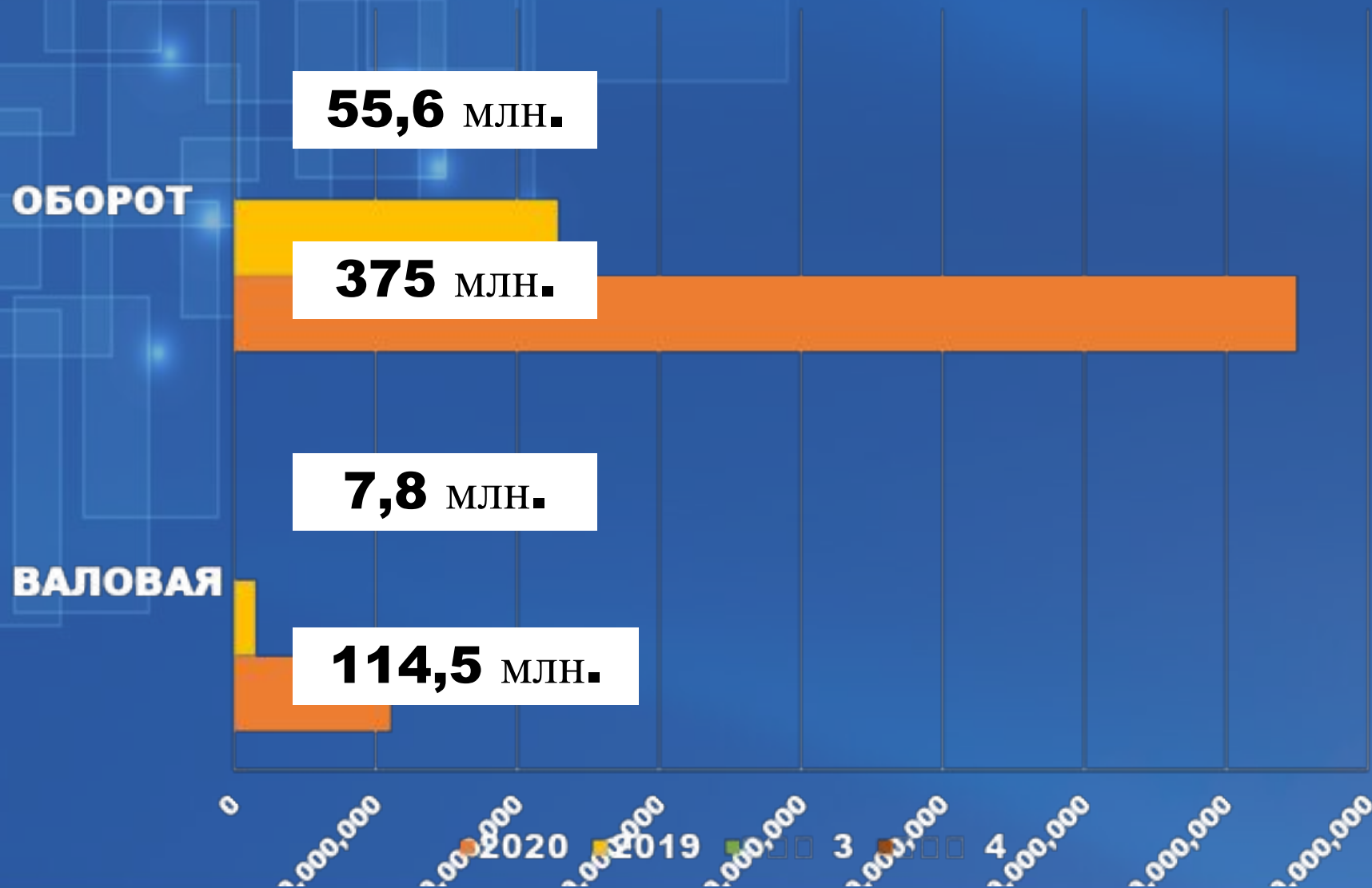
0 100,000,000 200,000,000 300,000,000 400,000,000 500,000,000 600,000,000

■ 2020 ■ 2019 ■ □ □ □ 3 ■ □ □ □ 4

# 2019 / 2020



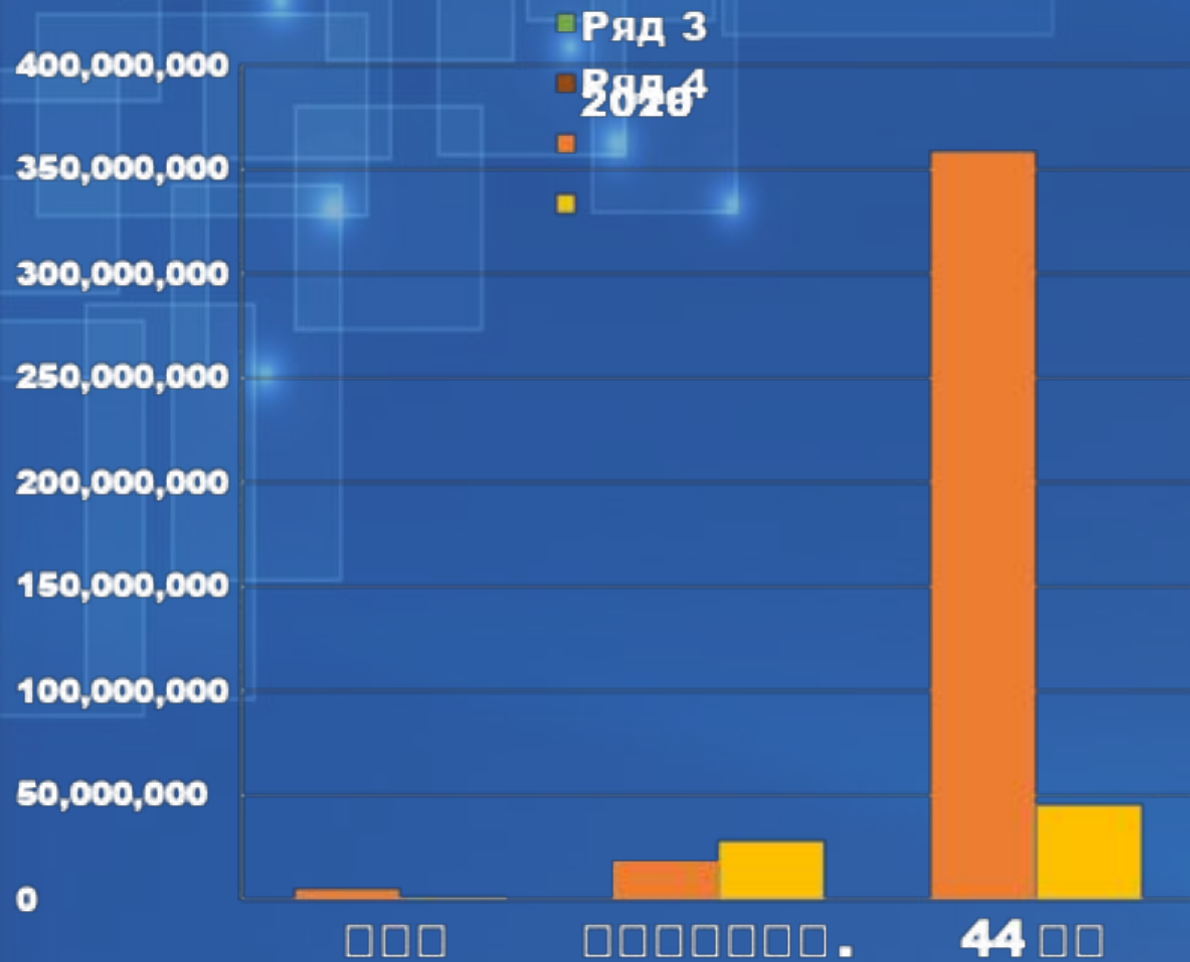
## Сделки > 3 млн.



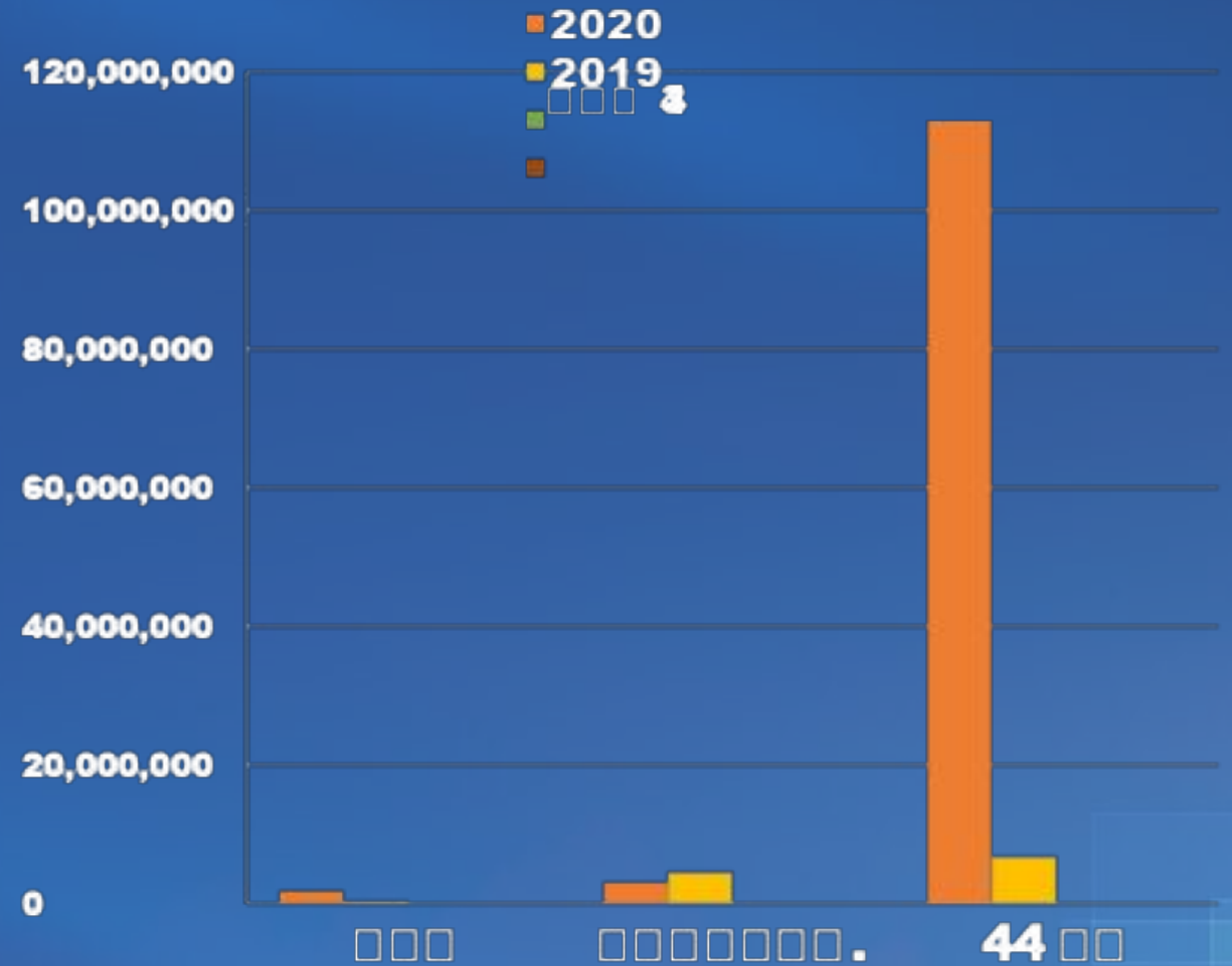
# КРОСС - ПРОДАЖИ



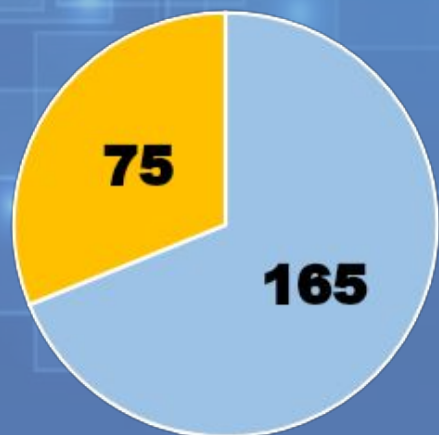
оборот



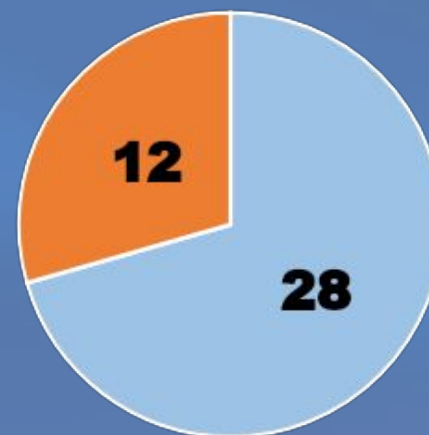
валовая



# Доля кросс-продаж в ТО / ВП



2019

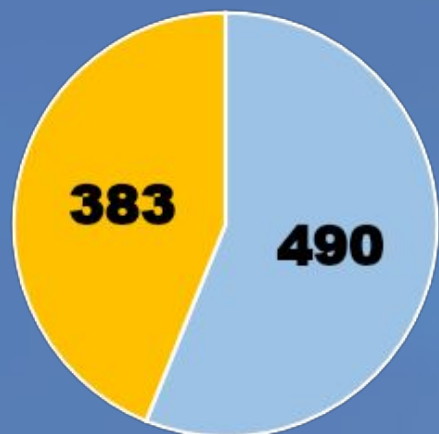


□ТО общий

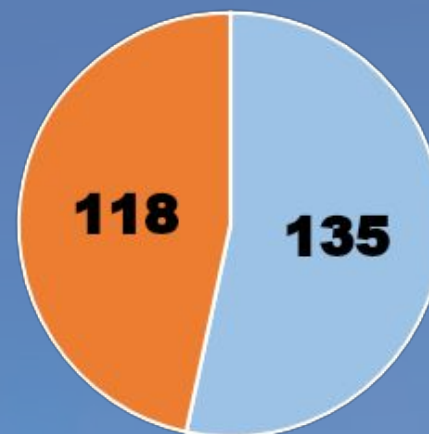
■ТО кросс

□ВП общая

■ВП кросс



2020



□ТО общий

■ТО кросс

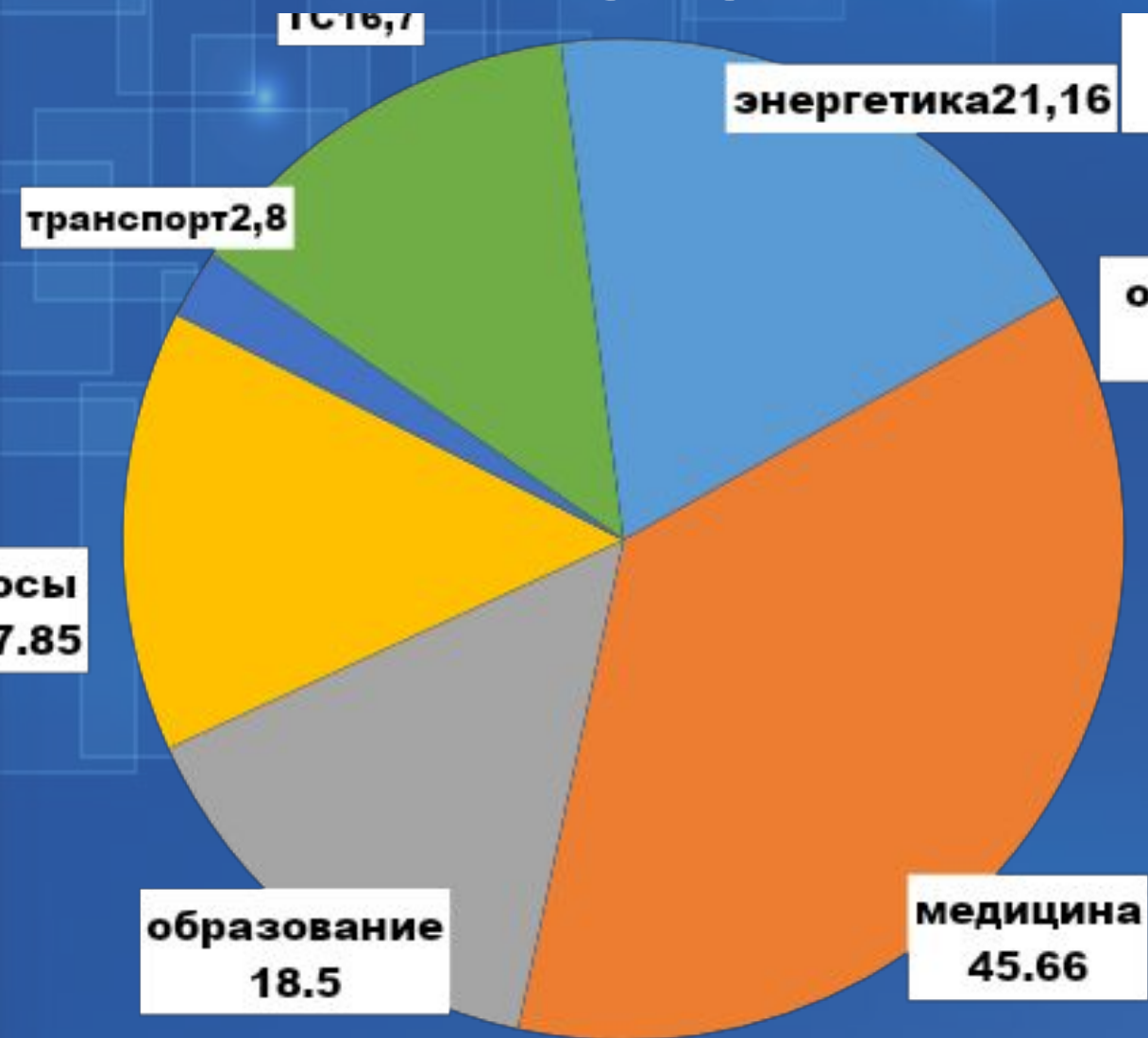
□ВП общая

■ВП кросс

# ТОП клиенты (ТО)



## 2019



## 2020

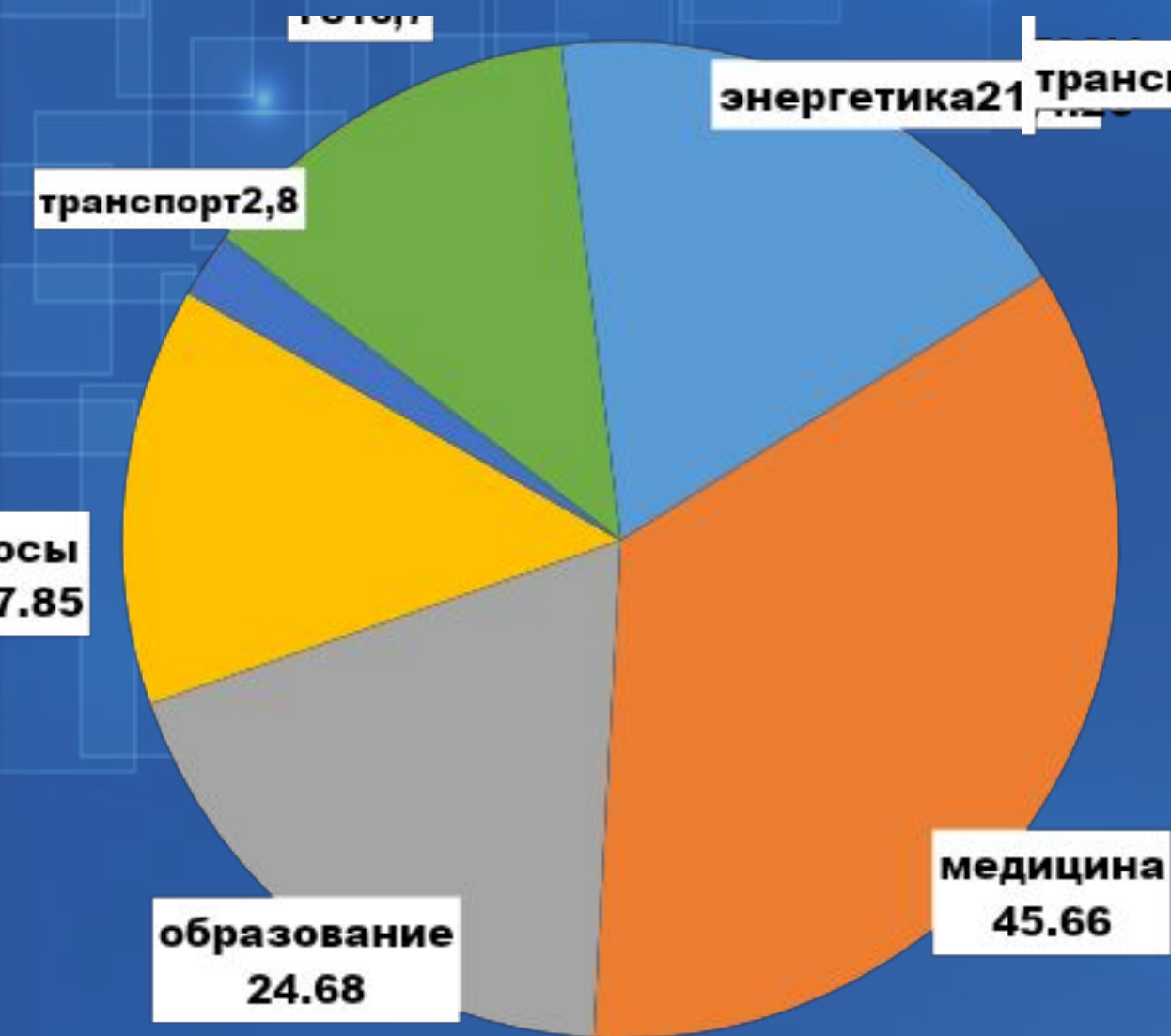


# ТОП клиенты (ВП)



## 2019

## 2020



# 2019 / 2020

## Клиенты +/-



- Потерянные клиенты в **2020—183** шт
- ТО / ВП по потерянным : **13**млн. / **2,5** млн.
- Приобретенные клиенты в **2020—180** шт
- ТО / ВП по приобретенным : **48** млн. / **8** млн.



# средние продажи



## 2019

СРЕДНИЕ ПРОДАЖИ	
средние продажи на ОКП (только сотрудники участники продаж) (5чел)	<b>33</b> млн
средние продажи на ОКП (на всех сотрудников, включая водителей/склад и др.) (7 чел)	<b>24</b> млн

	Бубнев	Ли-са	Трифонов	Шарыпов
кол-во компаний за сотрудником продаж	<b>100</b>	<b>155</b>	<b>160</b>	<b>80</b>
средний чек ТО (тыс.)	<b>338</b>	<b>444</b>	<b>203</b>	<b>202</b>
средняя ВП (тыс.)	<b>62</b>	<b>72</b>	<b>34</b>	<b>41</b>

## 2020

СРЕДНИЕ ПРОДАЖИ	
средние продажи на ОКП (только сотрудники участники продаж) (5чел)	<b>98</b> млн
средние продажи на ОКП (на всех сотрудников, включая водителей/склад и др.) (7 чел)	<b>70</b> млн

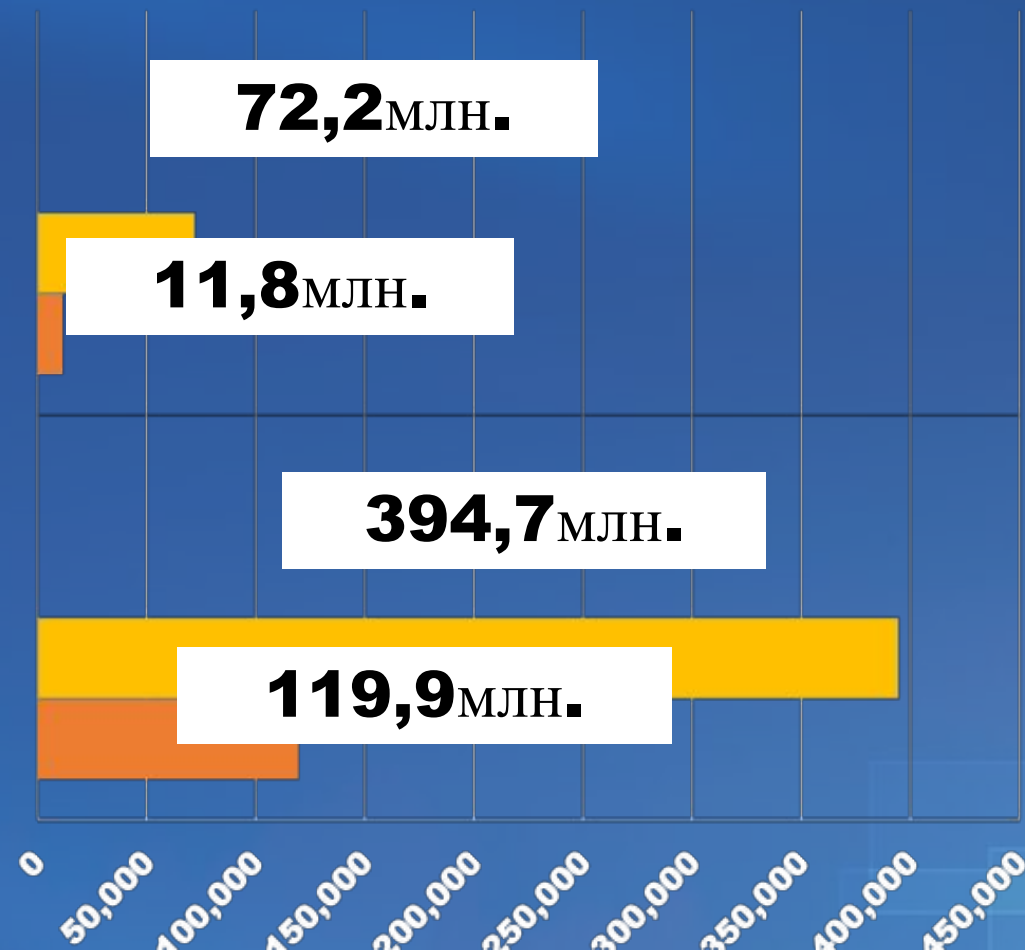
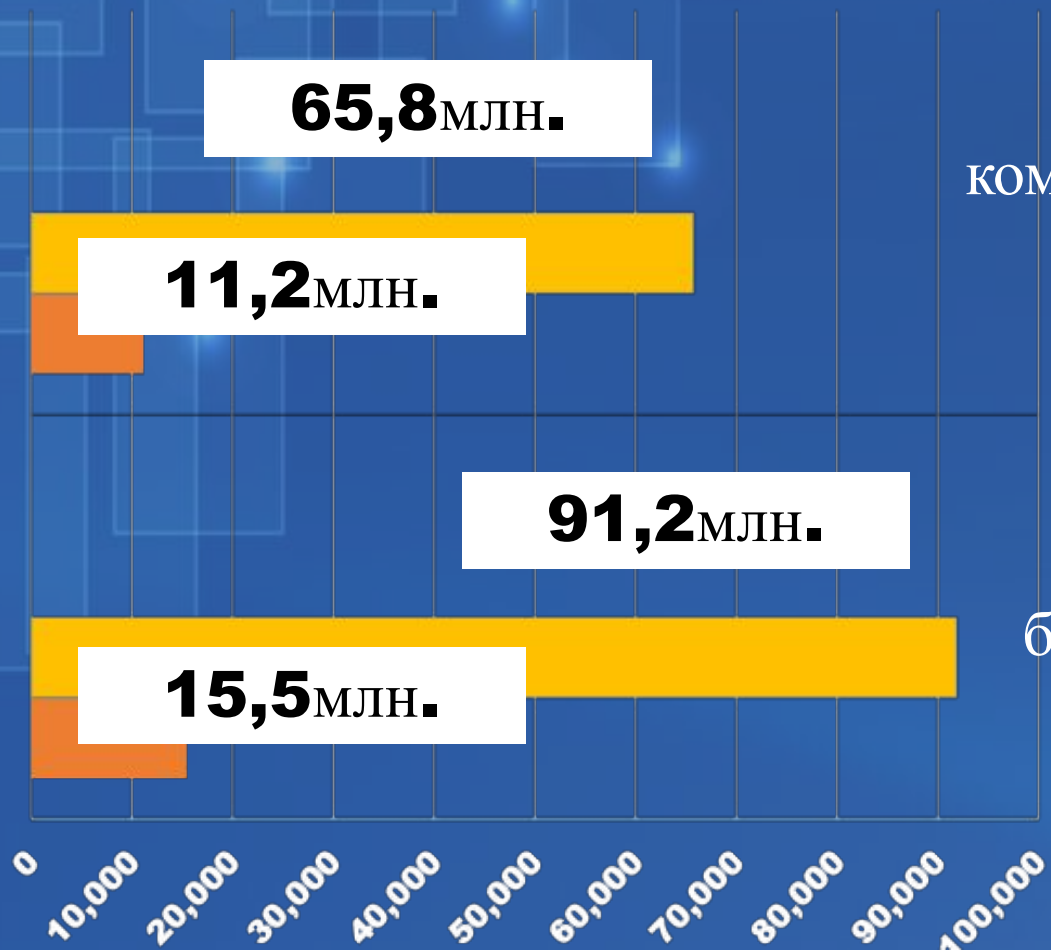
	Бубнев	Ли-са	Трифонов	Шарыпов
кол-во компаний за сотрудником продаж	<b>85</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>100</b>
средний чек ТО (тыс.)	<b>295</b>	<b>3270</b>	<b>359</b>	<b>266</b>
средняя ВП (тыс.)	<b>51</b>	<b>989</b>	<b>55</b>	<b>49</b>

# ОТРАСЛЕВАЯ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ



## 2019

## 2020



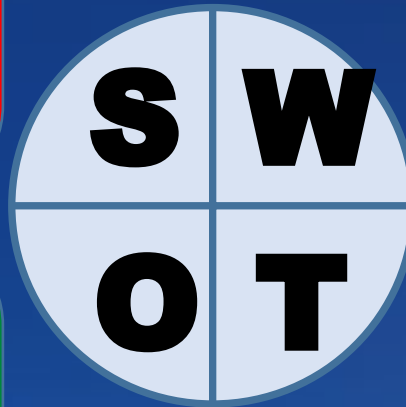


## сильные стороны

- Устойчивое положение на рынке
- Отличная репутация компании
- Большая клиентская база
- Сильный кадровый состав
- Индивидуальный подход
- Оперативность
- Большое кол-во поставщиков
- Удобство расположения

## слабые стороны

- Отсутствие конкурентного сайта
- Сложности с кадрами (ОСИ, БДМ)
- Возможные срывы сроков поставок
- Слабая товарная матрица
- Достаточно высокие цены на продукцию



## ВОЗМОЖНОСТИ

- Выход из пандемии
- Рост платежеспособности предприятий
- Увеличение числа грантов и субсидий
- Расширение сделок с ГОСАми
- Расширение спектра услуг и торгово-офисных площадей соответственно

## угрозы

- Рост пандемии
- Продвижение на рынок федералов
- Закрытие большого числа предприятий
- Ужесточение конкуренции между компаниями
- Экономический кризис
- Форс-мажорные ситуации