

Intelligent efficiency

# КТО НАШИ КЛИЕНТЫ

- Розничные сети;
- Оптовая торговля;
- Сервисы/услуги;
- Банки;
- Производственные предприятия с постоянной номенклатурой производства;
  
- Распределенная география продаж;
- Более 50 позиций в продаже/сервисе;
- Значимое количество продаж сервиса/товара;
  
- Задумались о эффективности продаж

# Некоторые примеры недостаточной эффективности бизнеса

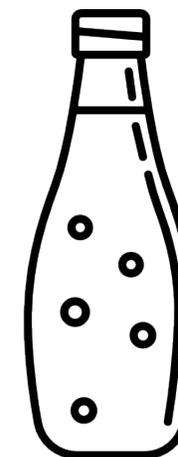


1,5% выпускаемых препаратов с отрицательной маржинальностью, приносили 0,1% дохода

В 2,6 раза разница между лучшей и худшей маржинальностью при анализе продаж по географии

Фармацевтическое  
производство

500 грн маржинальный доход с 24-х паллет  
произведенной продукции при доставке в  
определенные регионы



Производство  
продуктов  
питания

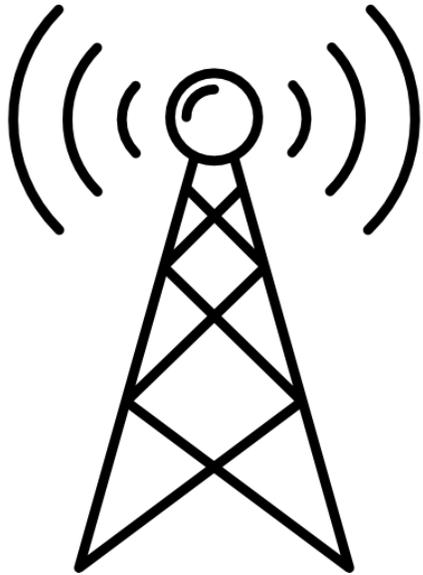
# Некоторые примеры недостаточной эффективности бизнеса

14% тарифов приносили 0,01% дохода

36% тарифов приносили 1% дохода

На 12% тарифов обслуживалось 0,002% клиентов - приносили 0,002% дохода

На 20% тарифов обслуживалось 0,02% клиентов - приносили 0,37% дохода



За 3 месяца падение количества абонентов на 10% по тарифам которые приносят 45% дохода

За 3 месяца падение количества абонентов на 30% по тарифам которые приносят 3% дохода

Мобильный  
оператор

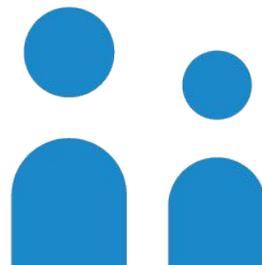
# Частые ответы – ключевые вопросы – реальные цели проекта

## Частые ответы



- Мы все знаем лучше вас;
- Мы уже проводили анализ недавно;
- Мы продаем - приносим доход не лезьте к нам;
- В этом регионе нужен этот продукт;
- Но даже этот 1 клиент приносит доход;
- Но даже этот 1 продукт приносит доход;
- Этот продукт дополняет всю линейку;
- В этом регионе дороже продавать пока нельзя;
- Мы и так «откусили» значительную долю на этом рынке;
- ...

## Ключевые вопросы



- Какие критерии успешности продукта;
- С какой частотой производится анализ;
- Когда в последний раз и какие действия;
- Какие долгоиграющие цели по продукту;
- Какие долгоиграющие цели по клиенту;
- Какие долгоиграющие цели по региону;
- Сколько стоит полное обслуживание и продажа продукта (колл-центр, служба продаж, ит-доработки, логистика,...);
- Какова стоимость простоев для переналадок на производстве;
- Какова стоимость склада;
- ...

## Реальные цели



### Мы

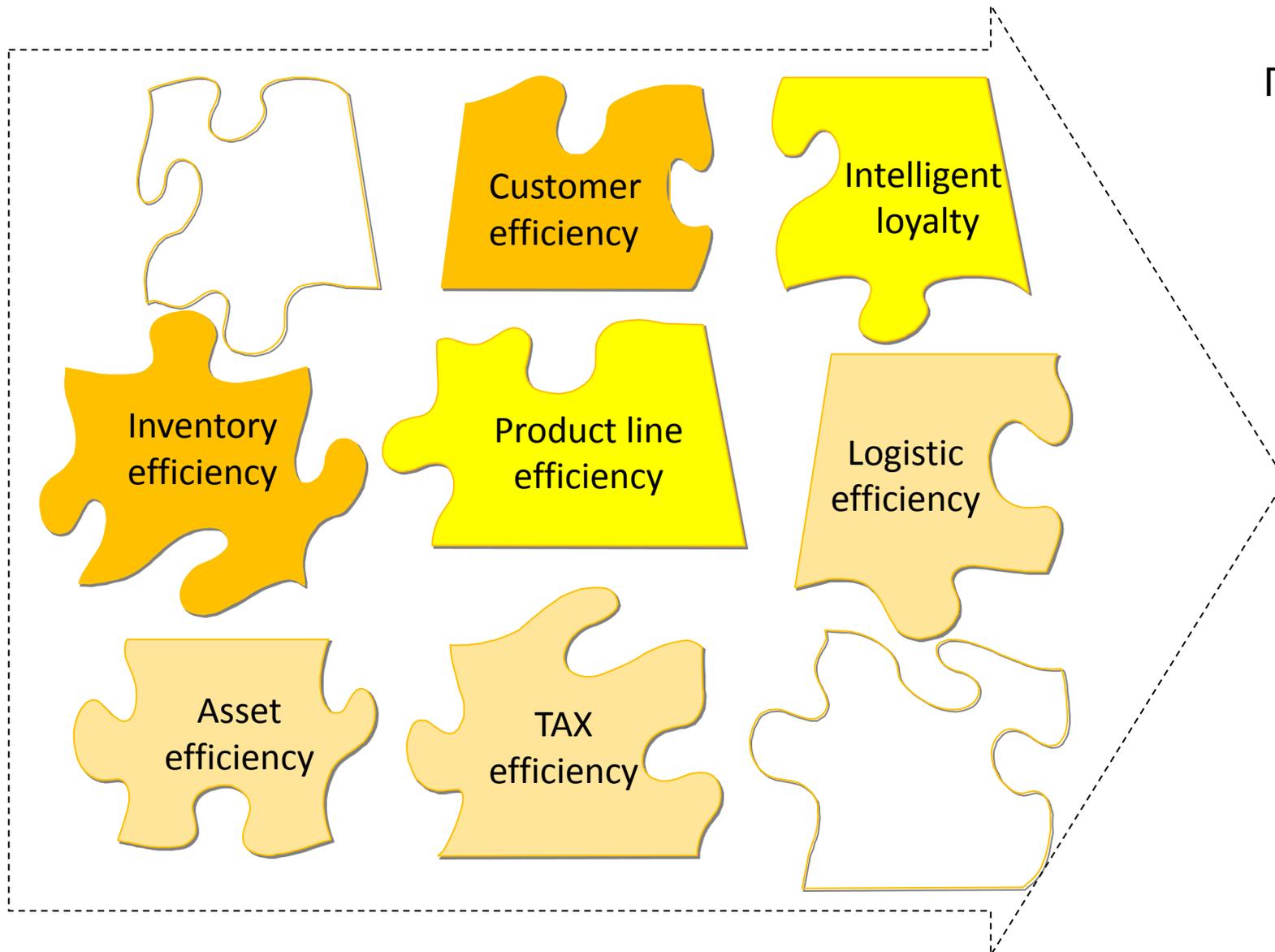
- Определить критерии эффективности;
- Определить реальную эффективность продуктовой линейки;
- Определить наименее/наиболее успешные продукты;
- Сформировать процесс постоянного анализа и принятия решений;

### Бизнес

- На постоянной основе определяет что делать с наименее и наиболее эффективными продуктами;

У нас НЕТ однозначной цели «закрыть» неэффективные продукты – с ними можно и нужно работать над эффективностью – бизнес сам принимает такие решения.

# Наше решение - Intelligent efficiency



Готовый набор инструментов для анализа и принятия решений



# Product line efficiency (эффективность продуктовой линейки) – решение для увеличения доходности и эффективности продаж

Решение состоит из 4-х обязательных инструментов



# Evaluation criteria's (критерии оценки эффективности) Для сервисных компаний

## Критерий

(Для любого критерия должна быть опция выводить/нет)

## Зоны

(значения стоят по умолчанию, но изменяемые в отдельной таблице)

## Источник/Как рассчитывать

Критерий	Зона 1 (красная)	Зона 2 (желтая)	Зона 3 (зеленая)	Источник/Как рассчитывать
Падение/рост количества клиентов сервисов/услуг	$\leq -3\%$	$< +3\%, > -3\%$	$\geq +3\%$	(Количество клиентов по каждому сервису/услуге за текущий месяц- Количество клиентов за предыдущий месяц)/Количество клиентов за предыдущий месяц. Показывать в %.
Количество клиентов сервисов/услуг /в точке	$\leq 100$	$< 1\ 000, > 100$	$\geq 1\ 000$	Количество клиентов по каждому сервису/услуге за текущий месяц
Доход по сервису на одного клиента ниже/выше среднего по компании (для подобных сервисов) /в точке	$\leq -15\%$	$< -15\%, > +15\%$	$> +15\%$	$100\% - (\text{Доход за период}/\text{Количество клиентов}) / (\text{Доход по сервису за период}/\text{Количество клиентов по сервису})$ . Показывать значение среднего дохода по сервису, при этом маркировать цветом относительно результатов формулы.
Падение/рост дохода по сервису за период /в точке	$\leq -3\%$	$< +3\%, > -3\%$	$\geq +3\%$	(Доход по сервису/услуге за текущий месяц- Доход по сервису за предыдущий месяц)/Доход по сервису за предыдущий месяц. Показывать в %.
Доход по сервису /в точке	$\leq 1\ 000$	$< 10\ 000, > 1\ 000$	$\geq 10\ 000$	Сумма дохода по каждому сервису/услуге за текущий месяц. Показывать значение, маркировать цветом относительно результатов формулы.
Маржинальность сервиса /в точке	$\leq +5\%$	$< +5\%, > +30\%$	$> +30\%$	$100\% - (\text{Прямые затраты по сервису}/\text{Доход по сервису за период})$ . Показывать значение маржи по сервису, при этом маркировать цветом относительно результатов формулы.
Уровень удовлетворенности сервисом (CSI)	1-2	3-4	5	Можно использовать звезды, как оцениваются услуги в интернете.

# Evaluation criteria's (критерии оценки эффективности)

## Для торговых и производственных компаний

### Критерий

(Для любого критерия должна быть опция выводить/нет)

### Зоны

(значения стоят по умолчанию, но изменяемые в отдельной таблице, Зоны создаются для каждого сегмента (география/тип продукта/сегмент бизнеса))

### Источник/Как рассчитывать

Падение/рост количества продаж товару/точке

$\leq -3\%$

$< +3\%, > -3\%$

$\geq +3\%$

(Количество продаж по каждому товару за текущий месяц- Количество продаж за предыдущий месяц)/Количество продаж за предыдущий месяц. Показывать в %.

Минимальный количественный объем продаж по товару/точке

$\leq 100$

$< 1\ 000, > 100$

$\geq 1\ 000$

Количество продаж по товару за текущий месяц

Падение/рост дохода по товару/точке

$\leq -3\%$

$< +3\%, > -3\%$

$\geq +3\%$

(Доход по товару за текущий месяц- Доход по товару за предыдущий месяц)/Доход за по товару за предыдущий месяц. Показывать в %.

Доход по товару товару/точке за период

$\leq 1\ 000$

$< 10\ 000, > 1\ 000$

$\geq 10\ 000$

Сумма дохода по каждому товару за текущий месяц. Показывать значение, маркировать цветом относительно результатов формулы.

Маржинальность по товару/точке за период

$\leq +5\%$

$< +5\%, > +30\%$

$> +30\%$

Для товара  $100\%$ -(Прямые затраты по товару/Доход по товару за период). Для географии  $100\%$ -(Прямые затраты по всем товарам географии+Прямые затраты географии/Доход географии по всем товарам за период). Показывать значение маржи по товару, при этом маркировать цветом относительно результатов формулы.

Уровень удовлетворенности товаром (CSI)

1-2

3-4

5

Можно использовать звезды, как оцениваются услуги в интернете.

Таблицы для импорта данных – объект затрат номенклатура

Код ТМЦ/Торговая точка/География	Количество по периодам	Доход по периодам	Прямые затраты По периодам
-Украина			
- - Полтава			
- - - Аптека 10			
- - - - ТМЦ 1	10	200	15
- - - - ТМЦ 2	10	100	20
- - - Аптека 11			
...			

Таблицы для импорта данных – прямые затраты номенклатура

Код ТМЦ	Прямые затарты По периодам
ТМЦ 1	15
ТМЦ 2	20

Таблицы для импорта данных – объект затрат торговая точка

Торговая точка/География	Доход по периодам	Прямые затраты на географию По периодам
-Украина		
- - Полтава		
- - - Аптека 10	300	200
- - - Аптека 11		
...		

Таблицы для импорта данных – прямые затраты точки

География	Прямые затарты По периодам
Точка 1	15
Точка 2	20

## Evaluation criteria's (критерии оценки эффективности) – сегменты оценки

### **Аналитика продуктов**

- География (Страна/Зоны/Области/Города/Точки продаж)
- Тип продукта - Новый/старый сервис/продукт или какие-либо направления
- Сегменты бизнеса – B2B/B2C;

### **Периоды анализа**

- Период отчета - месяц/квартал.
- Сравнение с предыдущим месяцем/кварталом и месяцем/кварталом предыдущего года

# Отчетность и дополнительная аналитика (Report&Addition analytics)

## Стандартный отчет эффективности продуктовой линейки

(отчет параметрический – больше критериев – больше колонок)

Критерии оценки – определяются в параметрах отчета

Период  
оценки

Сравнение с  
периодом

Отчет за  
Сентябрь  
2017

Сравнение  
с Сентябрь  
2016

Падение/рост  
количества  
клиентов  
сервисов/услуг

Количество  
клиентов  
сервисов/услуг

Маржинальность  
сервиса

Уровень  
удовлетворенности  
сервисом (CSI)

Западный регион

Сервис 1

-5%

120

+30%

1

Сервис 2

+7%

1200

+25%

4

Центральный регион

Сервис 1

-2%

10

+30%

2

Сервис 2

+20%

500

-5%

5

Аналитика  
продуктов

## Дополнительная аналитика для эскалации (Addition analytics)

**Отчет – сервисы/клиенты/доход: В список для эскалации попадают сервисы количество клиентов на которых менее 10 000 на конец анализируемого месяца.**

### Статистик

	Кол-во Сервисов	Кол-во Клиентов	Доход за период, тыс грн	% от дохода	% клиентов
<b>Всего</b>	<b>209</b>	<b>29 580</b>	<b>657</b>		
Менее 1 тыс клиентов на сервисе	93	2190	42	6,3%	0,7%
Из них < =10	25	10	0,15	0,02%	0,00%
Из них > 10 <= 50	17	45	2	0,35%	0,02%
Из них > 50 <= 100	5	193	5	0,80%	0,07%
Из них > 100 <= 500	27	639	17	2,66%	0,22%
Из них > 500 <= 1000	19	1313	16	2,50%	0,44%

### Drill-down (для каждого сегмента)

Клиентов <= 100				
Наименование сервиса	Количество клиентов	Доход за период	Доход за последние 12 мес	Максимальное количество за последние 12 мес
15 копійок легкий	27	337	5 673	71
15 копійок легкий	50	1 154	20 328	154
Бомба легкий	3	89	2 357	4
L	36	9 277	189 890	126
VIP	37	14 760	215 192	103

## Дополнительная аналитика для эскалации (Addition analytics)

**Отчет – сервисы-доход: Средний доход по сервису менее среднего по компании.**

### Статистик

а	Кол-во сервисов	Кол-во клиентов	Доход за период, тыс грн	% от дохода	% клиентов
<b>Всего</b>	<b>209</b>	<b>29 580</b>	<b>657</b>		
Менее <20 uah доход на клиента	57	18 311	257	39,1%	61,9%
Из них клиентов <= 10	4	7	0,01	0,0%	0,0%
Из них >10 <= 100	4	90	0,13	0,1%	0,0%
Из них >100 <= 500	9	212	3,01	1%	1,2%
Из них > 500 <= 1000	4	387	4,84	2%	2,1%
Из них > 1000	36	17701	249	97%	96,7%

### Drill-down (для каждого сегмента

Количество клиентов <= 1000	Период 01.02.2016					
Сервис	Количество	Доход, грн	Доход за последние 12 мес, грн	Динамика	Максимальное количество клиентов	Доход на клиента, грн
15 копійок легкий	27	337	5 673	новый	71	12
Прорив легкий	19	153	1 419	новый	27	8
DJUICE - fresh	679	12 185	192 665	-36%	1 059	18
Максимальный Золотий	6	27	1 118	-60%	17	4

# Матрица решений (что делать если)

## Decision Matrix (what to do if)

### Стандартная матрица

(матрица параметрическая – больше критериев – больше колонок, с возможностью добавлять критерии и решения)

			Уровень удовлетворенности сервисом (CSI)		
Доход по сервису	Количество клиентов сервисов/услуг	Маржинальность сервиса	High	Medium	Low
High	High	High	Нет действий	Дополнительное сильное стимулирование продаж	Дополнительное сильное стимулирование продаж/Re-pricing
High	High	Medium	Нет действий	Дополнительное сильное стимулирование продаж	Дополнительное сильное стимулирование продаж/Re-pricing
High	High	Low	Re-pricing	Re-pricing	Недорогое стимулирование продаж
High	Medium	High	Re-pricing/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж
High	Medium	Medium	Re-pricing/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж
High	Medium	Low	Re-pricing/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж
High	Low	High	Re-pricing/Cost optimization	Re-pricing/Cost optimization	Недорогое стимулирование продаж

# Отчетность с обработкой матрицы решений (Report&Addition analytics)

Отчет за Сентябрь 2017  
Сравнение с Сентябрь 2016

	Падение/рост количества клиентов сервисов/услуг	Количество клиентов сервисов/услуг	Маржинальность сервиса	Уровень удовлетворенности сервисом (CSI)	Доход по сервису	Решение	Ответственный	Ожидаемый период
<b>Западный регион</b>								
Сервис 1	-5%	120	+30%	1	500	Недорогое стимулирование продаж	Петро	12.2018
Сервис 2	+7%	1200	+25%	4	12000	Нет рекомендаций		
<b>Центральный регион</b>								
Сервис 1	-2%	10	+30%	2	400	Недорогое стимулирование продаж	Петро	12.2018
Сервис 2	+20%	500	-5%	5	15000	Нет рекомендаций		

# Замкнутый постоянный процесс Process



## План проекта

- Стоимость лицензии 1250 грн в мес
- Скидка 250 грн для дилеров
- Рекомендованный план и стоимость разработки

Название задачи	Длительность	Стоимость
Итого	<b>8 дней</b>	<b>12 000</b>
Принятие решения о запуске проекта, определение спонсора и ответственных в проекте	1 День	0
Описание и согласование критериев эскалации	2 Дня	4000
Согласование и заведение процесса и ответственных на каждом этапе	1 День	2000
Формирование и настройка выборки на постоянной основе	2 Дня	4000
Запуск процесса	1 День	2000