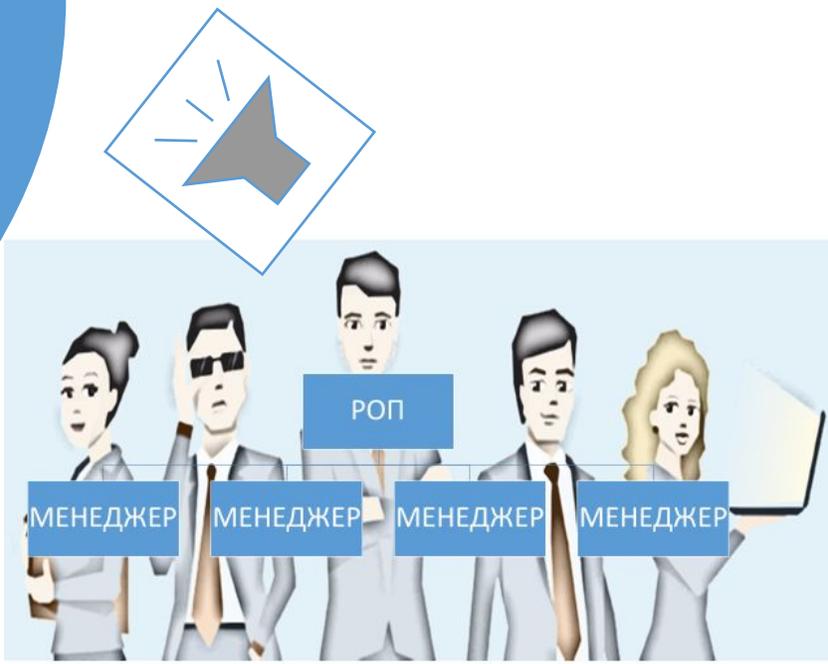
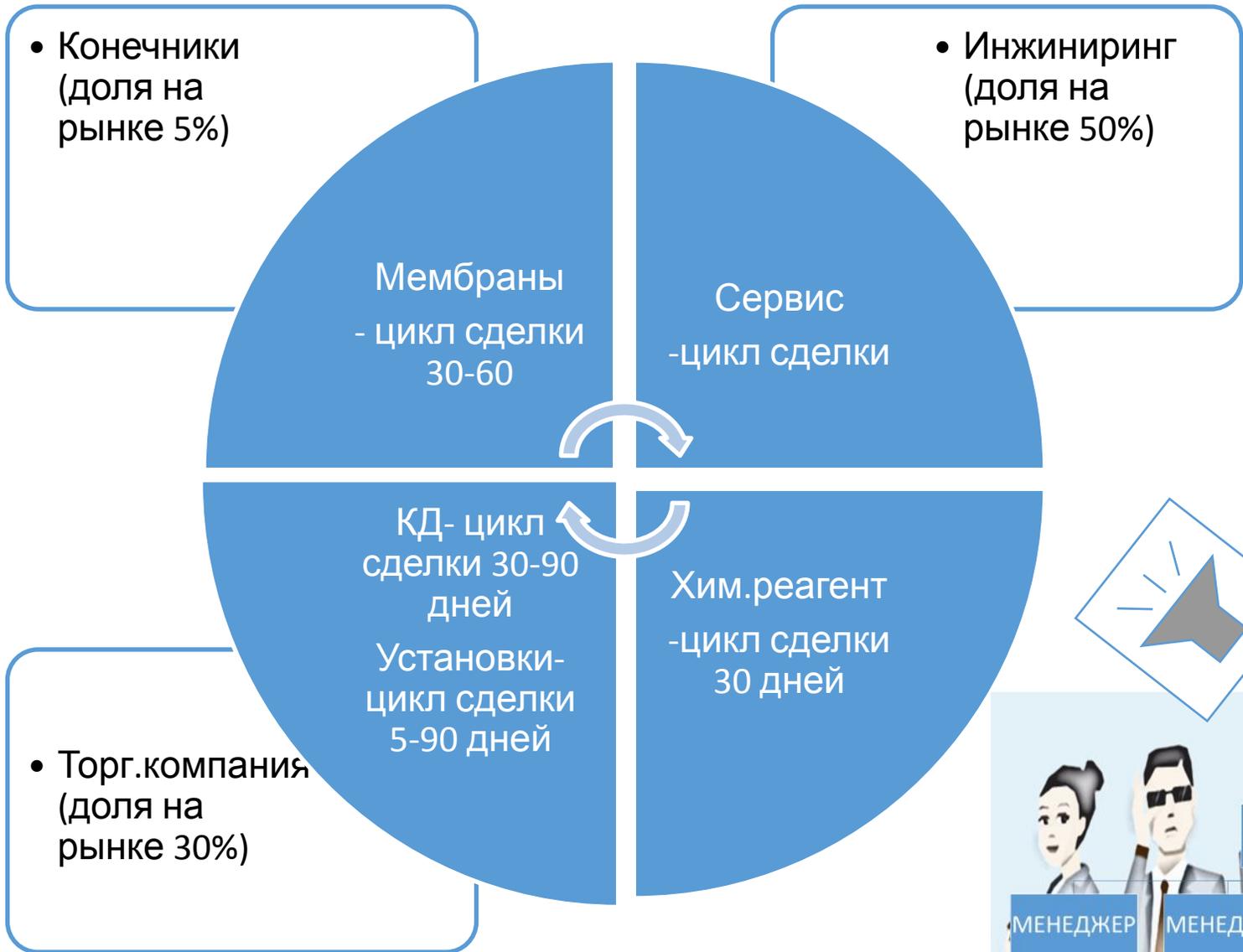


# ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ







**Задача: развить отдел продаж, при котором сохраняются имеющиеся товарные группы и категории контрагентов, но осуществляется рост Валового Дохода и Маржинальной Прибыли**



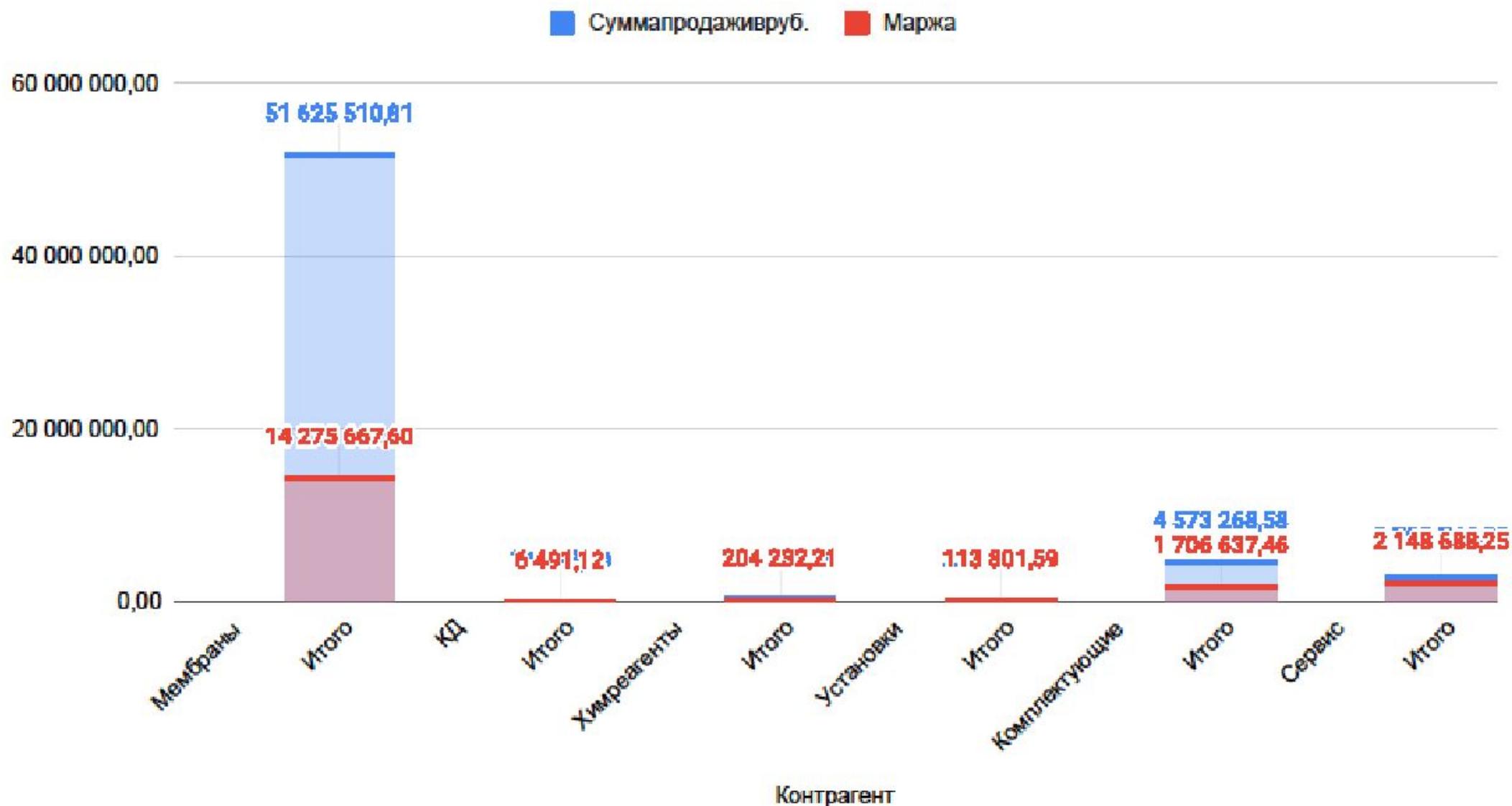
Потенциал в развитии ОП, а как следствие роста дохода и прибыли оцениваем по следующим параметрам: маржинальность, сумма среднего чека, цикл сделки, объем рынка

Контрагент	Сумма продаж в руб.	Маржа	Кол-во сделок (за период)	Группа товаров (Основная)	Потенциал в развитии	Цикл сделки	% маржи	1 движение приносит денег	Дотянулись до
Мембраны				1					
Итого	51 625 510,81	14 275 667,60	108,00		4	30-60	27,65	132182	
КД				2					
Итого	19 973,00	6 491,12	1		5	30-90	32,50	6491	
Химреагенты				3					
Итого	346 000,00	204 232,21	7,00		3	30	59,03	29176	5%
Установки				4					
Итого	224 000,00	113 801,59	1			5-90	50,80	113802	
Комплекующие				5					
Итого	4 573 268,58	1 706 637,46	71,00		2	3-14	37,32	24037	
Сервис				Сервис					
Итого	2 793 746,00	2 148 688,25	24		1		76,91	89529	

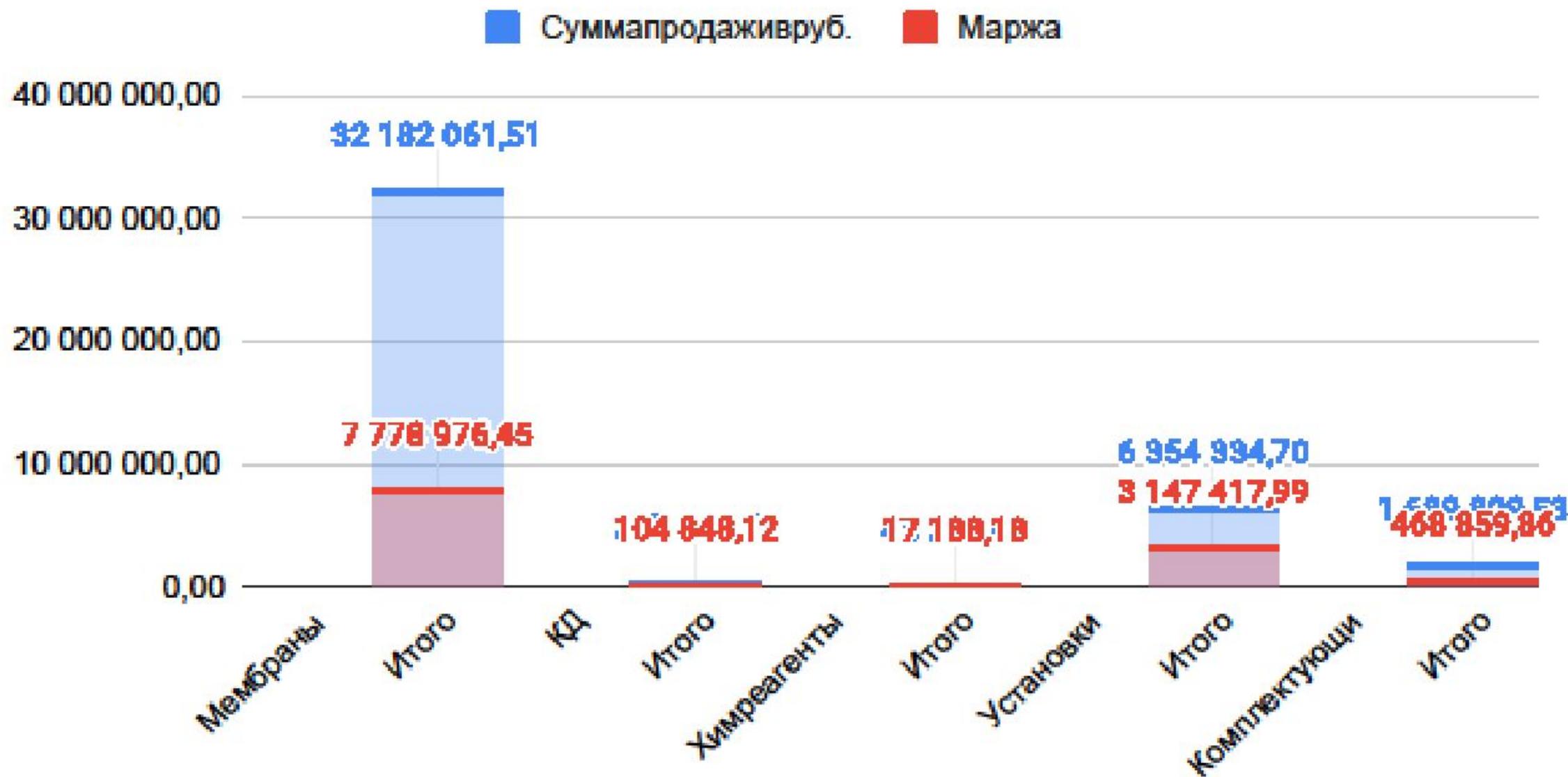
# Инжиниринг



# Конечники



# Торг.компания



## ДЕЙСТВИЯ

- 1. Перестроить работу действующего ОП**, а именно- закрепить за группой товаров, а не за территорией. Это даст более высокий уровень профессионализма МП и сконцентрирует продажи вокруг
- 2. Маркетинг:** необходимо направить усилия МО на работу с конкретными компаниями, начиная со списка компаний для работы и заканчивая таргетированной
- 3. Ценообразование-** постепенно увеличивать стоимость продукции/товаров (возможно через сопутствующие услуги- доставка)
- 4. Работа с поставщиками-** пересмотреть условия и стоимость закупок

## ЗАТРАТЫ

1. Обучение персонала или возможная замена, набор доп.сотрудников.  
В среднем поиск МП стоит примерно 50- 80 тр (1 оклад)  
Оборудовать рабочее место при необходимости (50 тр на человека), ФОТ 50 в мес.+ отчисления.

2. Ориентировочно + 30-40% от текущих затрат (после того как найдем оптимальный вариант будет экономнее). Online мероприятие обойдется от 40- 70тр с рекламой.

Финансовых затрат нет

Финансовых затрат нет

## ПОТЕНЦИАЛ

Переориентация МП на группы товаров позволит увеличить охват рынка	Сумма продаж Сервиса ДО	Маржа от Сервиса ДО	Сумма продаж Сервиса при новой схеме	Маржа от Сервиса при новой схеме
Конечники (с 5% до 15%)	2 793 746,00	2 148 688,25	8 381 238,00	<b>6 446 064,75*</b>

\* При переориентации МП возможно «провисание» в продажах других групп товаров, но увеличение продаж товара с высокой маржинальностью покрывает потери

При применении 3% наценки на товар/доставку или пр.	Сумма продаж Установок ДО	Маржа от Установок ДО	Сумма продаж Установок ПОСЛЕ	Маржа от Установок ПОСЛЕ
Инжиниринг	18 844 141,40	6 900 574,89	19 409 465,6	<b>7 107 592, 14*</b>

\* Не стоит бояться потери клиентов, так как при грамотной продаже (должен быть уровень мастерства МП) клиент даже не заметит этих 3%

**ВАЖНО!** Переход на новый формат работы может занять от 1 до 3 месяцев