

РУКОВОДИТЕЛЬ ОТДЕЛА ПРОДАЖ

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ

Мартиянова
Елена
Анатольевна

Санкт-Петербург,
2021

Gallery



СОДЕРЖАНИЕ

- #1 Уникальные преимущества продукта Gallery
- #2 Выполнение плана продаж 2020 год
- #3 Выполнение локального плана продаж 2020 год
- #4 Дебиторская задолженность
- #5 Активная клиентская база (АКБ)
- #6 Средний чек (динамика)
- #7 Цифровые билборды (digital)
- #8 Команда отдела продаж филиала
- #9 Развитие
- #10 Цели на 1 полугодие 2021 года



УНИКАЛЬНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОДУКТА GALLERY

Уникальность нашего продукта - это гибкость и возможность подстраиваться под запросы современного рекламного рынка.

Кроме широкой охватной программы и качественного инвентаря в линейке наших продуктов:

закупка по ОТС, синхронизация с радиостанциями, измерение доходимости до точек продаж клиента, WI-FI аналитика и возможность дальнейшего ретаргетинга в онлайн.

Это дает возможность предлагать партнерам омниканальные рекламные кампании и быть больше чем наружная реклама!

ВЫПОЛНЕНИЕ ПЛАНА ПРОДАЖ 2020 год

Отчетный период	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сен.	Окт.	Ноя.	Дек.
План 2020г без НДС	9 301 300	14 994 450	31 311 850	35 070 850	31 049 650	35 711 400	28 876 750	25 497 500	38 921 250	40 775 000	40 775 000	38 483 100
Факт 2020г без НДС	13 624 631	18 883 582	28 457 118	9 196 698	5 365 115	12 611 394	13 456 844	16 191 928	21 534 465	23 219 908	24 286 692	33 981 171
% Выполнения	146%	126%	91%	26%	17%	35%	47%	64%	55%	57%	60%	88%

ВЫПОЛНЕНИЕ ЛОК. ПЛАНА ПРОДАЖ 2020 г

Отчетный период	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сен.	Окт.	Ноя.	Дек.
План 2020г без НДС	3 253 680	5 244 556	10 962 835	12 289 710	10 868 790	12 499 665	10 097 800	8 913 800	13 647 073	14 284 412	14 284 412	13 471 181
Факт 2020г без НДС	4 768 913	7 056 506	6 579 943	1 628 353	2 483 586	5 738 127	7 199 233	5 917 046	6 614 532	7 837 075	7 879 378	18 473 774
% Выполнения	146%	135%	60%	13%	23%	46%	71%	66%	48%	55%	55%	137%

ДЕБИТОРСКАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ 2020 год

Отчетный период	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сен.	Окт.	Ноя.	Дек.
Выручка локальные продажи, без НДС 2020	4 768 913	7 056 506	6 579 943	1 628 353	2 483 586	5 738 127	7 199 233	5 917 046	6 614 532	7 837 075	7 879 378	18 473 774
Сумма неоплаченных договоров	-	-	0,48	-	-	-	-	-	25 000	95 000	192 600	1 602 600
% ДЗ	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,38%	1,21%	2,44%	8,68%

На основании информации доступной в индикаторах укажите % неоплаченных договоров/размещений в месяц от общего объёма выручки за 2020 год.

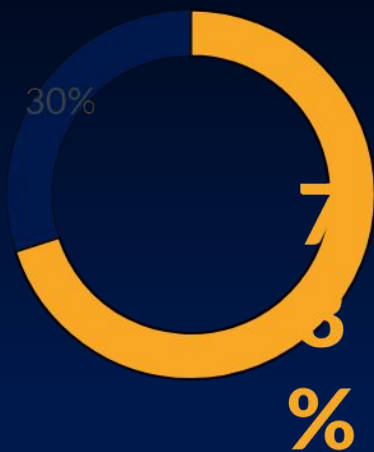
АКТИВНАЯ КЛИЕНТСКАЯ БАЗА

Отчетный период	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сен.	Окт.	Ноя.	Дек.
Кол-во клиентов	42	42	47	28	26	38	52	55	57	61	59	65
Кол-во НОВЫХ клиентов	13	7	12	4	5	10	12	11	17	17	14	13
Вывод	<p>После карантина рекламный рынок обновился и благодаря эффективной работе, отделу удалось привлечь новых клиентов. К концу года количество клиентов увеличилось на 49%.</p>											

СРЕДНИЙ ЧЕК (ДИНАМИКА)

Отчетный период	Янв.	Фев.	Мар.	Апр.	Май	Июн.	Июл.	Авг.	Сен.	Окт.	Ноя.	Дек.
Средний чек, руб. факт 2019	88 767	135 979	122 187	122 205	91 797	166 290	174 964	230 982	209 936	161 203	169 411	165 875
Средний чек, руб. факт 2020	113 667	156 912	133 087	58 297	89 811	131 242	138 020	117 205	145 770	149 789	186 915	304 685
Динамика Допустимое отрицательное отклонение - 20%	28%	15%	9%	-52%	-2%	-21%	-21%	-49%	-31%	-7%	10%	84%

ЦИФРОВЫЕ БИЛБОРДЫ (digital)



Доля формата digital в общей выручке

Аргументация при продаже формата digital

Самая большая цифровая программа в городе (охват городского населения - более 80%)

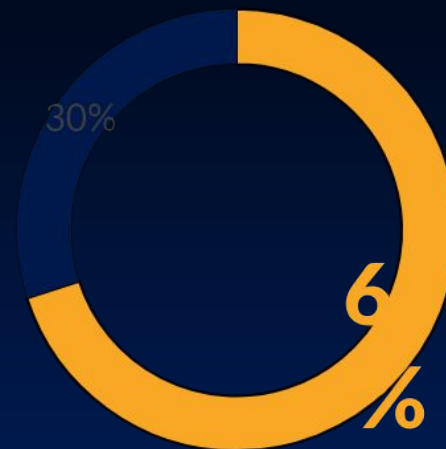
Возможность закупки по OTS с минимальным порогом входа и с возможностью таргетирования рекламной кампании.

Возможность синхронизация DOOH с радио.

Wi – Fi аналитика, как бесшовная коммуникация offline и online каналов. Возможность оценить эффективность проведенной кампании благодаря программе доходимости в торговую точку и на сайт клиента.

Бесплатная адаптация макета, возможность чередовать несколько креативов

Отсутствие затрат на печать баннеров.



Доля формата digital в инвентаре

Задачи по продаже digital формата

Сохранить загрузку диджитал инвентаря

Увеличить среднюю стоимость ЦБ

Увеличить объем допродаж с помощью реализации новых продуктов.

	Кол-во сторон
DIGITAL	1090
СТАТИКА	515

РАЗВИТИЕ

Тайм менеджмент. Навык стратегического планирования;

Умение делегировать полномочия;

Стрессоустойчивость + навык аргументированно доносить свою точку зрения;

Развивать лидерские качества.

Пожалуйста, напишите, какие качества, компетенции Вы хотели бы развивать для достижения цели должности РОП- выполнение плана отдела продаж.

КОМАНДА ОТДЕЛА ПРОДАЖ

Сильные
стороны,
точки роста

Наша команда – это профессиональные менеджеры, которые стремятся изучать новые возможности наружной рекламы, доносить преимущества собственного продукта до рекламодателей и выполнять планы продаж!

Менеджеры имеют профессиональные знания, необходимые для выполнения локального плана.

За 2020 год мы поставили на поток:

- Продажи по ОТС (бюджеты клиентов от 4000 до 500 000 руб.)
- Продажу синхронизации с радио (более 10 проектов).
- Продажу WiFi аналитики (более 10 клиентов, двое из них берут аналитику на постоянной основе + программа доходимости для клиента 585 Gold.)
- Продажу филлеров на аукционный слот (выручка в месяц от 300 000 до 800 000 руб).

В отделе царит атмосфера дружбы и взаимовыручки.

Точки роста:

Умение работать на растущем рынке. Нарращивать среднюю стоимость продаж независимо от поведения конкурентов.

Увеличить количество продаж в регионы присутствия Гэллэри (кросс-продажи+ продажи московского инвентаря).

Более тщательно выявлять потребности клиентов, чтобы предоставлять необходимый им продукт.

Дружить с клиентами (дополнять деловое общение с ЛПР обоюдно интересным контентом). Переводить ЛПР в статус друзей.

Увеличивать долю долгосрочных контрактов.

Сократить дельту по АКБ и сумме выручки между менеджерами.

Ваши действия
по развитию
Команды в 2021
году

Моя цель – команда равная по мастерству. У каждого из менеджеров своя зона роста, работая над которой он сможет увеличить продуктивность.

Готова помогать менеджерам в достижении индивидуальных целей на первое полугодие. Проводить индивидуальные беседы, наставничество в обучении, проводить ролевые игры.

Своевременно предоставлять менеджерам статистику их работы, совместно анализировать её. Находить и усиливать действия приведшие к успеху (новые сделки, увеличение среднего чека и др.) отказываться от неэффективных техник и действий.

Проводить совместные встречи с клиентами и агентствами.

Изучить новый продукт – «Конверсия в покупку». Помочь менеджерам в освоении этого продукта.

ЦЕЛИ НА 1 ПОЛУГОДИЕ 2021 ГОДА

	Рост количества клиентов	Рост доли долго-срочных контрактов	Рост среднего чека	Продажи digital	Ваши личные цели
S – Specific	Рост АКБ до 70 клиентов в месяц.	Увеличение долгосрочных контрактов на 10%	Увеличить и сохранить средний чек отдела на отметке 150 000 руб. Без НДС.	Сохранить загрузку диджитал инвентаря Увеличить среднюю стоимость ЦБ. Увеличить количество продаж по ОТС.	Развивать компетенции руководителя. Увеличивать результативность работы отдела продаж.
M – Measurable	5-7 новых клиентов ежемесячно.	Доля долгосрочных контрактов в объеме выручки 30%. Увеличить до 40%.	+ 30% к началу 2021 года.	Загрузка 80% Средняя стоимость 35 000 без НДС. 2 контракта по ОТС ежемесячно	Выйти на показатель по локальной выручке: 11 млн в месяц. Сохранить состав отдела (5 менеджеров + 2 старших менеджера).
A – Achievable	Активные продажи на растущем рынке. Привлечение сезонных клиентов.	Разработать специальное ценовое предложение с привязкой к периоду размещения.	Привлечение новых охватных клиентов. Повышение цен текущим охватным клиентам. Ограничение скидки на конструкции с высокой загрузкой. Работа с запросами федеральных агентств, их представительствами в Санкт-Петербурге.	Сохранение интенсивности работы ОП. Ограничение скидки на ЦБ с высокой загрузкой. Количество КП с предложением закупки по ОТС 3 в день на отдел.	Завершить курсы для руководителей на платформе М1. Применять полученные знания. Повысить эффективность работы Барановой Натальи и Борисенко Елены. Проводить 5 совместных встреч с клиентами в месяц.
R – Relevant	Увеличение объема выручки.	Увеличение доли долгосрочных продаж будет способствовать выполнению локального плана. А также увеличению среднего чека (меньше сторон будет продано по сливным программам). Менеджеры смогут больше внимания уделять развитию партнёров и стратегическому планированию собственной работы.	70 клиентов в месяц со средним чеком 150 000 принесут 10 500 000 руб. локальной выручки. Это поможет перевыполнить локальный бюджет.	Выполнение плана продаж. Создание и укрепление имиджа компании, как лидера в цифровых продуктах ООН.	Грамотное руководство позволит повысить эффективность работы менеджеров. Что, в свою очередь, приведет к выполнению бюджетных показателей.
T – Time	До 30.06.21 г	До 30.06.21 г	До 30.06.21 г	До 30.06.21 г	До 30.06.21 г и всегда.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

Gallery

