

**Программа курса “Рост Прибыли через Организацию сбыта и
Построение дистрибуции”**

<u>Модуль</u>	<u>Инструменты</u>	<u>Результат</u>
Модуль 1. Системный подход к дистрибуции – Продажи, Логистика, Маркетинг 1) Задачи продаж 2) Задачи логистики 3) Задачи маркетинга 4) Планирование алгоритма распределения продукции 5) Логистическое обеспечение 6) Маркетинговое обеспечение	Инструменты: 1) Иерархия номенклатуры – структура ассортимента 2) Классификация клиентов 3) База клиентов (ОКБ, АКБ) 4) Метрики дистрибуции и пенетрации 5) Рейтинг ассортимента VIP: 1) Анализ текущих таблиц и дашбордов: текущих инструменты планирования, контроля и отчетности 2) Карта рынка	Вы поймете , как создать управляемый формат продаж в Компании с запланированным уровнем затрат. Вы узнаете о системном подходе в организации сбыта и о взаимосвязи задач Продаж, Логистики, Маркетинга для построения дистрибуции. Вы научитесь делить на сегменты и классифицировать клиентов, создавать Базу клиентов с необходимыми вам сведениями о покупателях для анализа результатов работы, прогнозирования и управления клиентами.
Модуль 2. Выбор Модели дистрибуции. Участники дистрибуции. 1) Взаимосвязь пенетрации (потенциал рынка/клиента) и дистрибуции (представленность/доступность продукции). 2) Этапы развития дистрибуции компаний-производителей 3) Цепочки дистрибуции – каналы дистрибуции. 4) Планирование алгоритма распределения продукции: методы продаж, охват рынка, тип каналов продаж, степень управляемости 5) Формирование Модели дистрибуции – учет 3-х критериев: управляемость, прибыльность, перспективность.	Инструменты: 1) Рейтинг контрагентов 2) Блок схема «Каналы продаж» 3) План / Факт анализ – показатели Выручка, ОКБ / АКБ 4) Анализ структуры и динамики для показателей ОКБ / АКБ по каналам, регионам 5) Анализ структуры и динамики для показателей выручка, маржинальность по каналам, регионам 6) Оргструктура и ШР отдела продаж	Вы узнаете о каналах дистрибуции и научитесь анализировать действующую модель сбыта вашей компании Вы узнаете о планировании и подготовке алгоритма распределения продукции – это поможет в постановке целей по объемам, выборе методов продаж, постановке целей по охвату рынка Вы на цифрах разберёте данные о Структуре, Географии, Динамике ваших продаж Вы продолжите формировать понимание об управляемом формате продаж с запланированным уровнем затрат Вы научитесь выбирать участников каналов продаж и готовить модель Дистрибуции Вы увидите текущее положение в системе дистрибуции

Модуль 3. Функции дистрибуции. Логистика. 1) Оценка логистической составляющей дистрибуции Задачи дистрибуции и логистики Критерии эффективности и качества логистики Основные инструменты логистики в дистрибуции Сравнительный анализ логистики по каналам продаж	Инструменты: 1) «Товарная матрица по каналам продаж» 2) «Логистическая информация о продукции» 3) «Графики заказа и поставки продукции» 4) «Минимальные кванты поставки» 5) «Анализ полноты выполнения заказов и уровня сервиса» 6) Складская программа: товарная матрица и уровень запасов VIP: 1) «Сравнительный анализ условий поставок продукции и логистики для партнеров и потребителя – по каналам продаж»	Вы создадите товарную матрицу по каналам продаж Вы проверите наличие и полноту логистической информации о продукции Вы сопоставите графики получения заказов с графиком поставок Вы проведете сравнительный анализ условий поставок продукции и логистики по контрагентам / каналам продаж Вы оцените уровень товарных запасов продукции по складской программе Вы оцените полноту выполнения заказов и уровень сервиса Вы увидите текущие положения в логистике
Модуль 4. Функции дистрибуции. Маркетинг. 1) Оценка маркетинговой составляющей дистрибуции 2) Маркетинг как инструмент привлечения и удержания клиентов 3) Маркетинговый план – календарный план событий, промо план. 4) Сравнительный анализ маркетинговых мероприятий по каналам продаж	Инструменты: 1) «Воронки продаж» 2) «Анализ сезонности продаж для номенклатуры» 3) «Календарный план событий» / «Промо календарь» 4) «Маркетинговый бюджет» 5) «Метрики маркетингового бюджета» VIP: 1) «Сравнительный анализ частоты, периодичности, величины затрат на маркетинговые мероприятия по каналам продаж» 2) «Промо план»	Вы научитесь формировать бюджет на продвижение и рекламу продукции при построении дистрибуции Вы оцените величину расходов на маркетинг Вы проверите актуальность и полноту Воронки продаж Вы создадите Промо календарь Вы создадите Промо план Вы проведете сравнительный анализ маркетинговых мероприятий по контрагентам / каналам продаж
Модуль 5. Ценообразование. 1) Стратегия ценообразования с учетом позиционирования. Структура ценообразования 2) Ценовое позиционирование к товарам аналогам конкурентов 3) Ценовой и товарный мониторинг, его важность при построении дистрибуции 4) Формирование ценовой модели для каждого канала сбыта 5) Формирование системы мотивации участников каналов сбыта	Инструменты: 1) «Матрица товаров-маяков с аналогами конкурентов» 2) «Сегменты позиционирования цена/качество» 3) «Мониторинг цен и конкурентов» 4) «Ценовая модель по каналам продаж» 5) «Маркетинговый бюджет в структуре ценообразования» 6) «Мотивация участников каналов продаж в структуре ценообразования»	Вы проверите позиционирование продукции с продукцией конкурентов Вы подберете аналоги конкурентов к товарам-маякам Вы научитесь проводить мониторинг цен и конкурентов Вы научитесь формировать полную Ценовую архитектуру – от рекомендованной цены на полке магазина до отпускной цены производителя (с учетом себестоимости), Вы научитесь включать расходы на маркетинг и мотивацию участников каналов продаж в ценовую модель

Модуль 6. Формирование стратегии построения дистрибуции.

- 1) Стратегия построения дистрибуции компании-заказчика
- 2) Этапы построения дистрибуции компании-заказчика
- 3) Система инструментов для построения дистрибуции компании-заказчика
- 3) Управление дистрибутором

Инструменты:

- 1) База клиентов (ОКБ, АКБ)
- 2) Карта рынка
- 3) «Товарная матрица по каналам продаж»
- 4) «Матрица товаров-маяков с аналогами конкурентов»
- 5) «Сегменты позиционирования цена/качество»
- 6) Складская программа: товарная матрица и уровень запасов
- 7) Блок схема «Каналы продаж»
- 8) «Сравнительный анализ условий поставок продукции и логистики для партнеров и потребителя – по каналам продаж»
- 9) «Сравнительный анализ частоты, периодичности, величины затрат на маркетинговые мероприятия по каналам продаж»
- 10) «Мониторинг цен и конкурентов»
- 11) «Ценовая модель по каналам продаж»

VIP:

- 1) «Пакет договоров с дистрибуторами»
- 2) «Дашборд Планинг отгрузок»

Вы научитесь систематизировать всю представленную в курсе информацию для формирования стратегии построения дистрибуции

Вы научитесь самостоятельно моделировать систему сбыта и управлять цепями дистрибуции

Вы создадите систему из инструментов для построения эффективной дистрибуции

Модуль 7. Выбор дистрибутора. Оценка эффективности дистрибутора.

- 1) Критерии оценки при выборе дистрибутора
- 2) Инструменты оценки при выборе дистрибутора
- 3) Оценка эффективности дистрибутора
- 4) Риски и контроль при работе с дистрибутором

Инструменты:

- 1) «Паспорт дистрибутора»
- 2) «Оценочный лист дистрибутора»
- 3) «Опросный лист «Лучший поставщик»
- 4) «Стандарты системы информационного обмена с дистрибуторами»

VIP: 1) «Коммерческая политика»

Вы научитесь правильно выбирать эффективного дистрибутора

Вы научитесь оценивать эффективность работы действующего дистрибутора.

Вы научитесь выбирать наиболее рентабельные каналы дистрибуции

Вы подберете стандарты и метрики информационного обмена с дистрибуторами