

# Анализ территории и индивидуальный план развития

## ФИО ТП



**MARS**  
chocolate

# 1. Введение.

# Содержание

## 2. Анализ территории.

- Динамика общих продаж
- Продажи по территориям
- Анализ продаж город-область
- Срез продаж по ключевым клиентам
- Динамика DDO и Stockists по периодам
- Качественные показатели

## 3. Достижения.

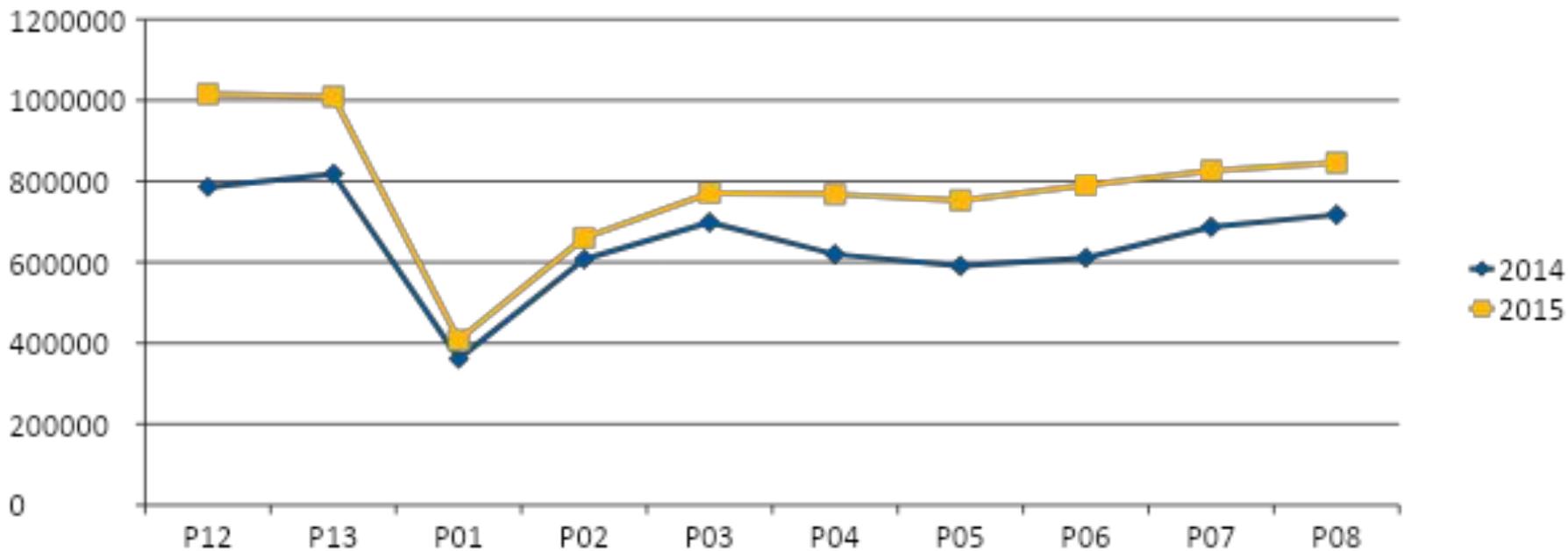
- Фото

## 4. Индивидуальный план развития.

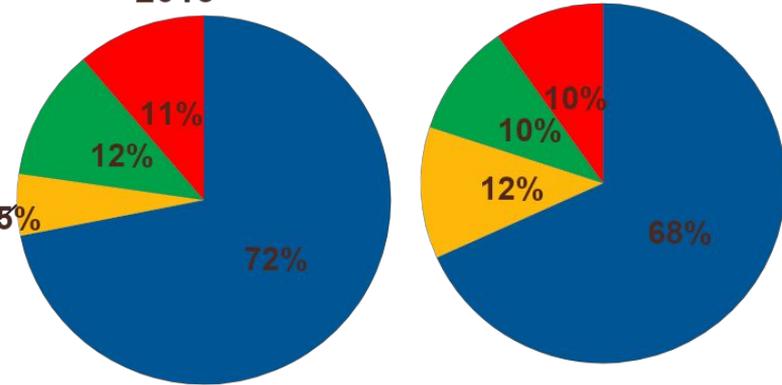
## 5. Заключение.



# Динамика общих продаж (в руб) по периодам 2014-2015гг



Продажи в рублях P01-P013 в 2014



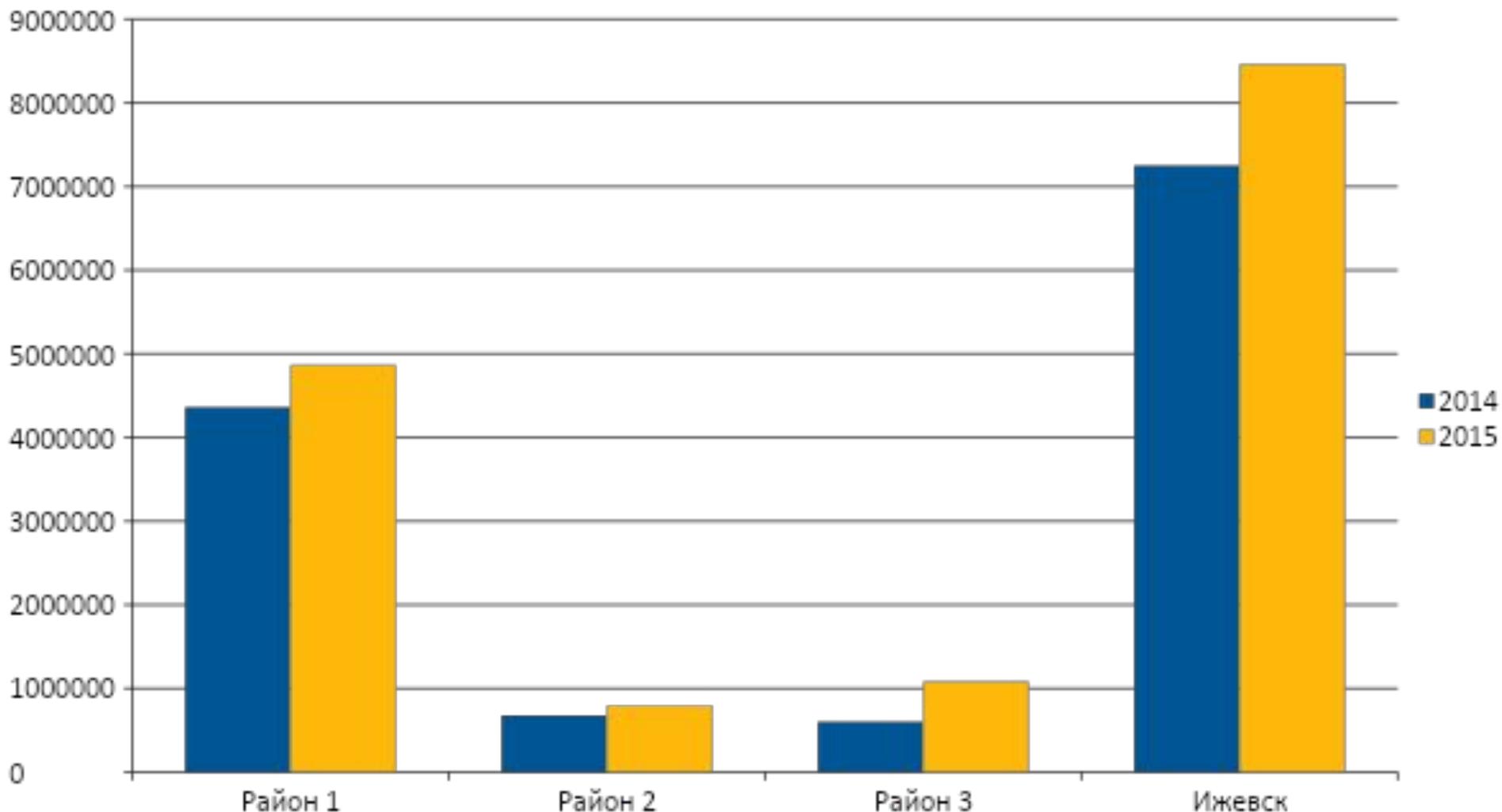
Сравнительный итог P01-P013 2014 и P01-P013 2015

■ Impulse  
■ FC  
■ Tablets  
■ Konfeti

Продукт	Разница (руб)	Разница %
Total		
Impulse		
FC		
Tablets		
Konfeti		
looze		

Вывод:

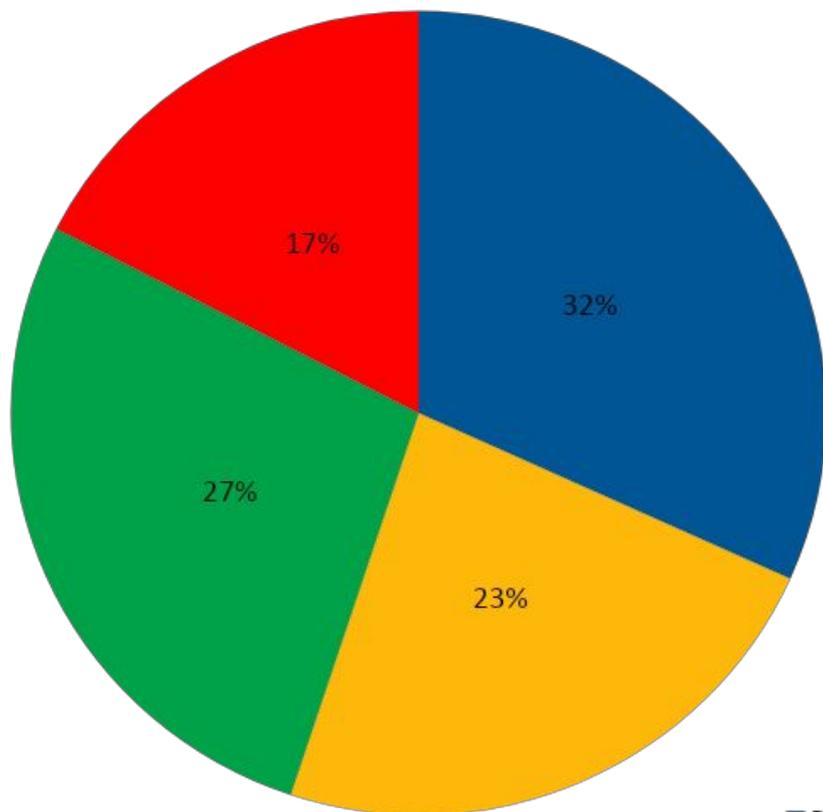
# Продажи по территориям P01-P013



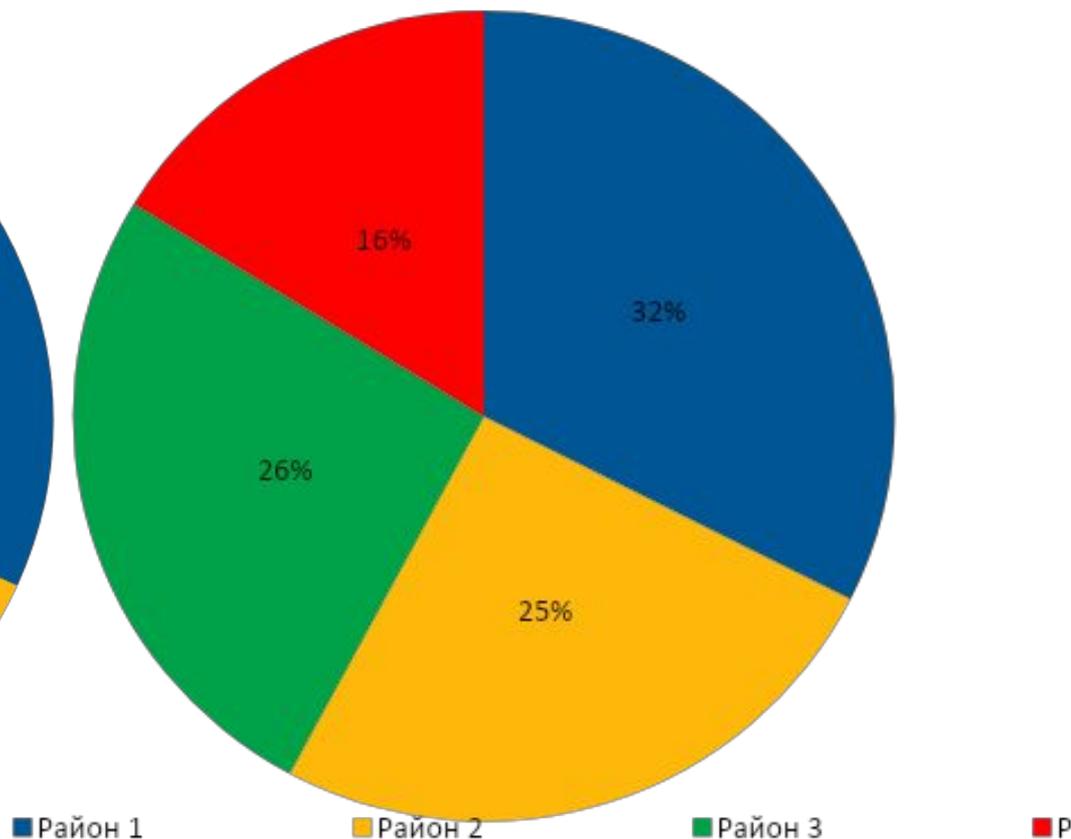
Вывод:

# Доли территорий от общем плане среза за P01-P013

2014

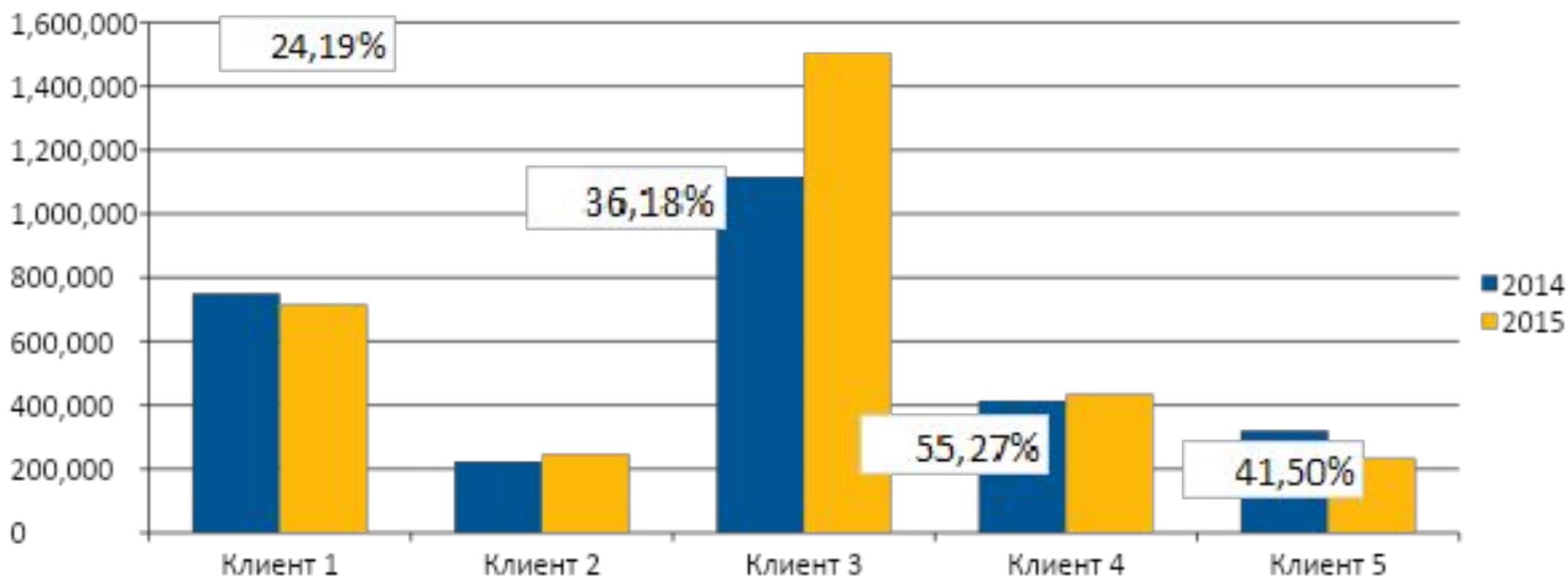


2015



Вывод:

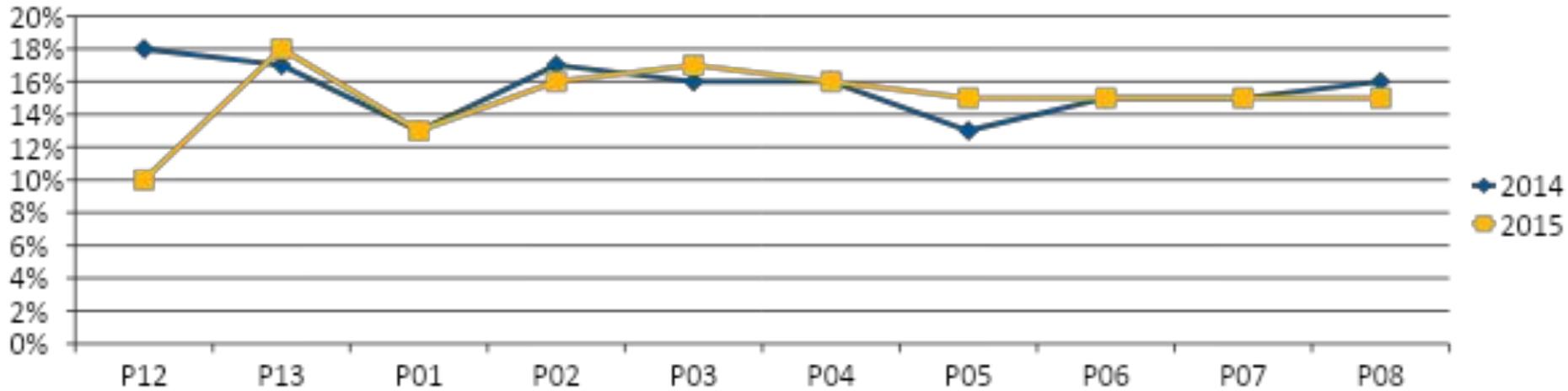
# Срез продаж по ключевым клиентам (в руб.) P01-P013 2014-2015гг



Вывод:

# Динамика и анализ ПДЗ

## ПДЗ

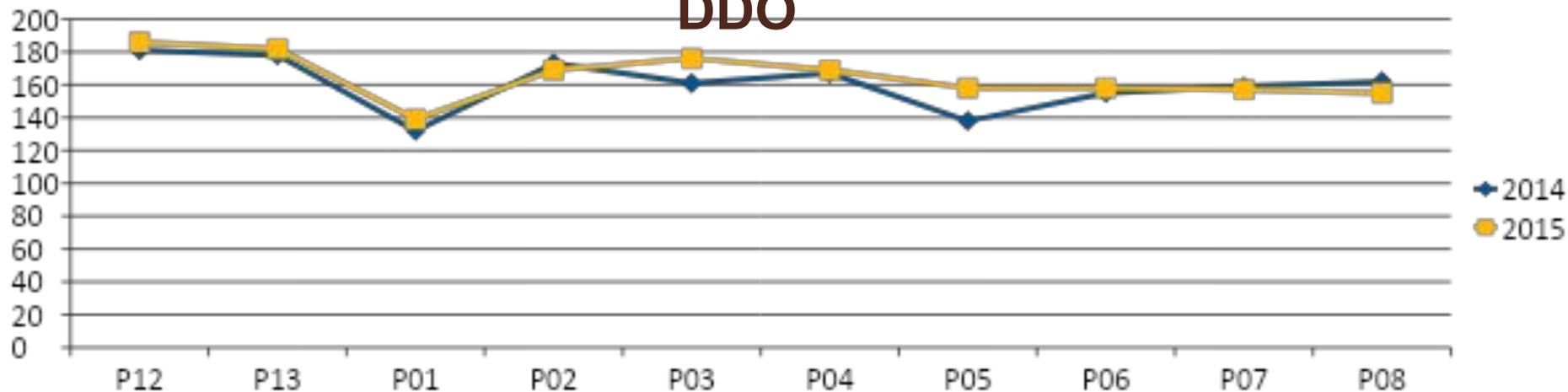


	2014	2015
P12	18%	10%
P13	17%	18%
P01	13%	13%
P02	17%	16%
P03	16%	17%
P04	16%	16%
P05	13%	15%
P06	15%	15%
P07	15%	15%
P08	16%	15%

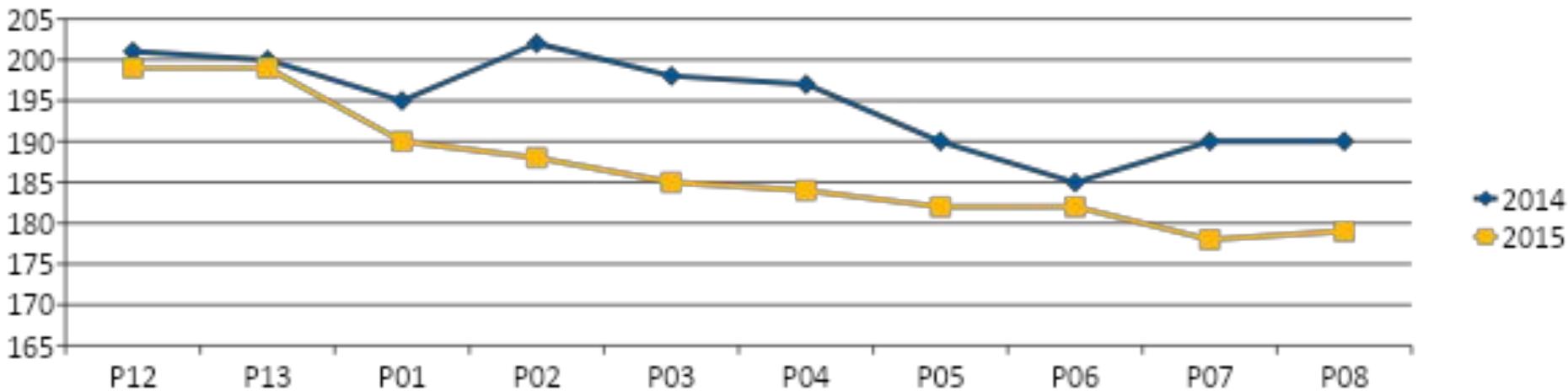
Вывод:

# Динамика DDO и Stockist по периодам 2014-2015гг

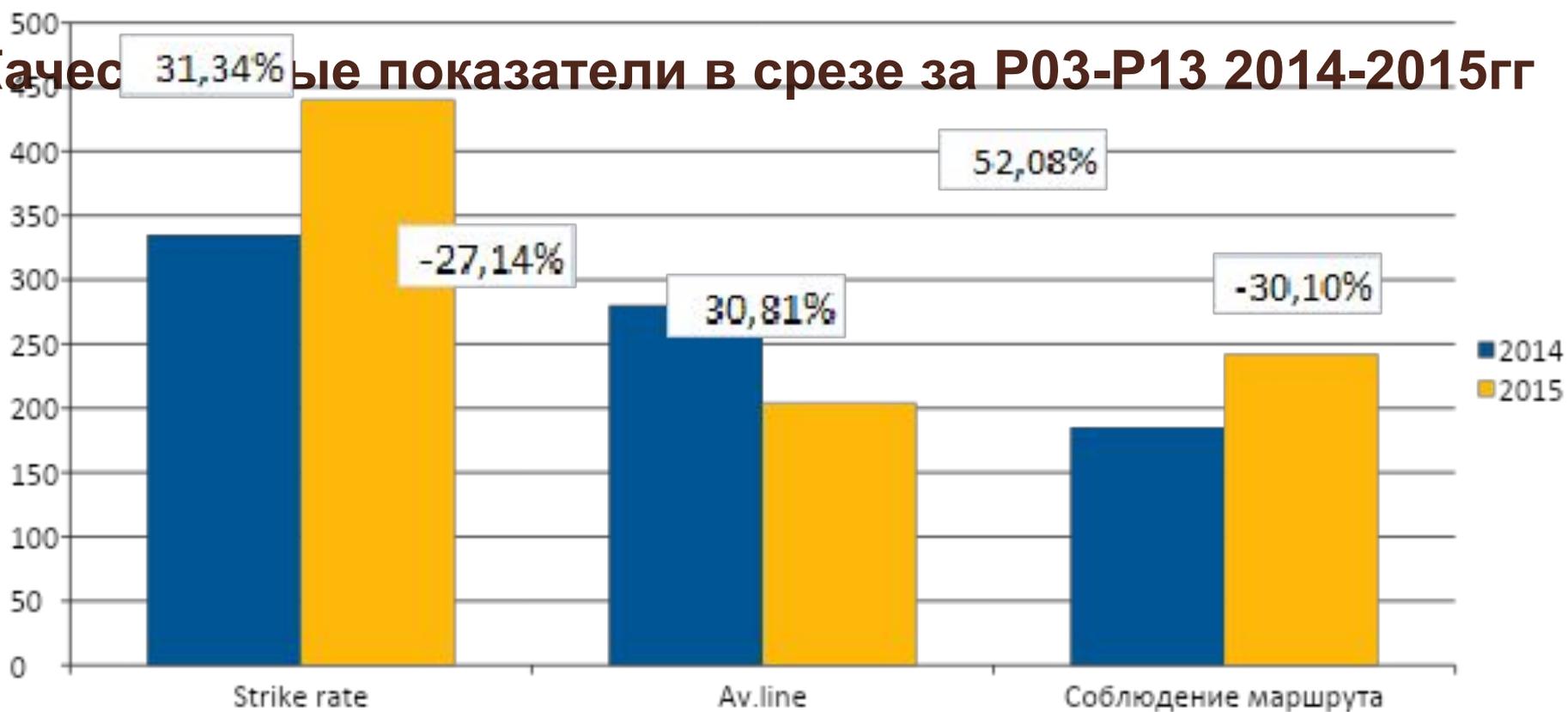
## DDO



## Stockist



# Качественные показатели в срезе за Р03-Р13 2014-2015гг



Вывод:

# Strike rate

- Таблица изменения Strike rate 2014-2015 по агентам
- График
- Вывод

Вывод:

# Достижения

# Индивидуальный план развития на пол года

- Все по смарт

**Спасибо за внимание**