

Влияние управленческих
воздействий на рост
маржинальности на примере
ООО «Бережливая аптека»
№11

Дивизион «Черноземье»

ст.провизор Последова Т.А.

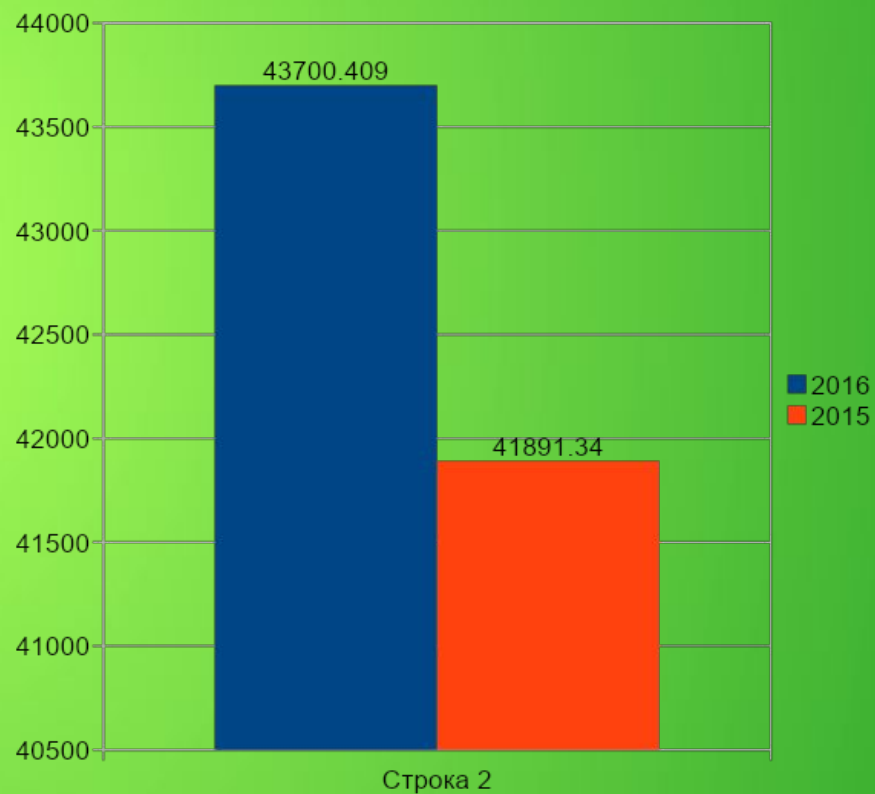
Обоснование выбора:

- Крупнейшая аптека в Дивизионе
- Сильное конкурентное окружение
- Стойкая положительная динамика в выполнении

Практическая реализация управленческих воздействий

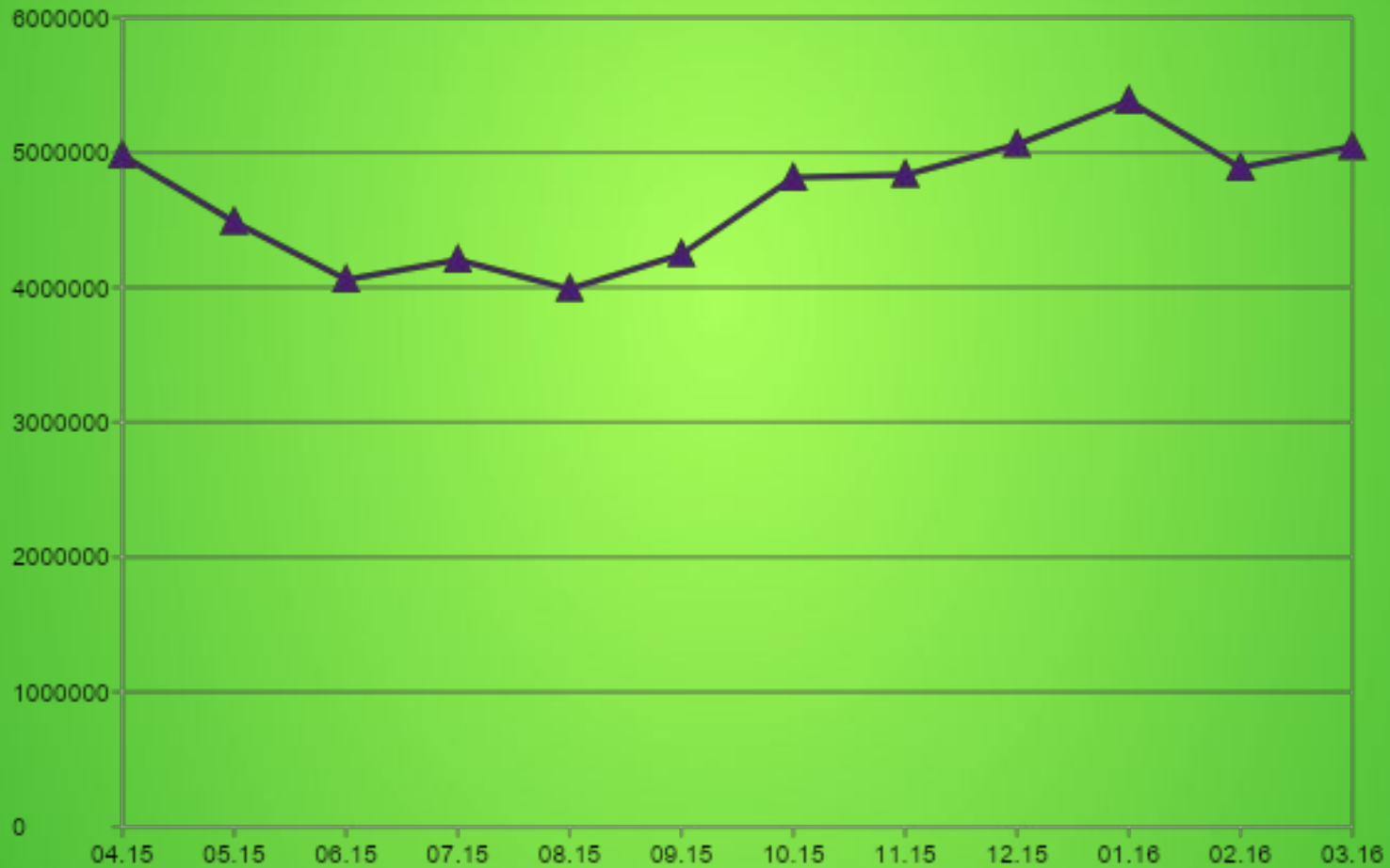
- Кадровые перестановки
- Обучение персонала личным примером, организация наставничества
- Материальная и нематериальная мотивация сотрудников
- Постоянный контроль за конкурентным окружением
- Регулярная отчетность по выполнению плановых показателей
- Организация и проведение мероприятий

Динамика товарооборота



Динамика роста ТО ЗА ПЕРИОД АПРЕЛЬ 2015- МАРТ 2016

октябрь 2015 - перевод в формат экона



Маржинальная прибыль АО №11 с января
по сентябрь 2016 г.

Динамика выполнения ГП (УСТМ)

Динамика продаж стм



Динамика роста доли СТМ

Динамика роста ССОУ СТМ

Описание роли СП в повышении эффективности АО

- Установление ежедневных планов для ЗАО и контроль их выполнения по продажам высокомаржинальных препаратов
- Обучение персонала технике продаж и коорпоративным стандартам работы в компании
- Мотивация персонала по продаже высокомаржинальных позиций в разрезе оплаты труда СПС И ЗАО
- Выявление отстающих специалистов по АО и выведение продаж этих специалистов на плановый уровень
- Оптимизация режима работы касс (выведение ЗАО в час пик за кассу)
- Работа с ЗАО по реализации управленческих решений в отношении персонала АО

План внедрения наиболее успешных механизмов в другие АО

ЗАДАЧИ	МЕРОПРИЯТИЕ	СРОКИ ВЫПОЛНЕНИЯ
1.Улучшение стандартов обслуживания	Аудионаблюдение. Работа со стандартами обслуживания с первостольниками . Составление терапевтических цепочек. Анализ чековой ленты.	ежемесячно
2.Увеличение доли продаж СТМ .	Индивидуальная работа с каждым первостольником по расширению покупки путем допродажи и включение позиций СТМ в каждый чек . До конца года достигнуть среднего покзателя по Холдингу по ССОУ СТМ	1 января 2016
3.Работа по привлечению и удержанию покупателей	Раздача листовок промоутерами.	ежемесячно
4.Выявление отстающих специалистов по АО и выведение продаж этих специалистов на плановый уровень	Делегирование ЗАО данного мероприятия с первичным обучением и последующим контролем при проверке еженедельных отчетов ,проведение мотивирующей беседы с данными специалистами совместно с ЗАО	Октябрь -декабрь 2016г
5.Мотивация персонала по продаже высокомаржинальных позиций в разрезе оплаты труда СПС и ЗАО.	Внесение в план мероприятий для посещения АО.	Октябрь -ноябрь2016

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**