

Планирование нового статуса по МП



Киреева Татьяна
Старший Директор

г.Белово
Кемеровская область

**MAXIMUM
ONLINE +**

faberlic & Florange

Основы бизнеса

- Целевая аудитория
- Стратегия
- Аналитика и статистика
- Развитие бренда

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ (ЦА)

- ✓ Привилегированные покупатели
- ✓ Продавцы
- ✓ НК (новые консультанты)
- ✓ ОБГ (организаторы бизнес-групп)
- ✓ Директора
- ✓ VIP
- ✓ Операторы ПВ

**КАКОЙ САМЫЙ
ДОРОГОЙ ПРОДУКТ В
ИНТЕРНЕТЕ???**

СТРАТЕГИЯ

- **Сеть потребителей**
- **Сеть Лидеров**
- **Освоение новых территорий (в т. ч. открытие ПВ)**

**КАКАЯ СТРАТЕГИЯ
КОМПАНИИ
ФАБЕРЛИК?**

**MAXIMUM
ONLINE +**
faberlic & Florange

- **Статистика** — отрасль знаний, наука, в которой излагаются общие вопросы сбора, измерения и анализа массовых статистических (количественных или качественных) [данных](#); изучение количественной стороны массовых общественных явлений в числовой форме
- **Аналитика** ([др.-греч.](#) ἀναλυτική — буквально: «*искусство анализа*») — часть искусства рассуждения — [логики](#), рассматривающая учение об [анализе](#) — операции мысленного или реального расчленения целого (вещи, свойства, процесса или отношения между предметами) на составные части, выполняемая в процессе [познания](#) или предметно-практической жизни деятельности [человека](#)^[1].

Аналитика и статистика

□ Отчеты

- ✓ Текущие показатели
- ✓ По стартовой программе
- ✓ По Фаберлик-клубу
- ✓ По новым званиям
- ✓ Информация по группе
- ✓ Лицевой счет
- ✓ Движение ОС
- ✓ и т.д

□ Показатели

- ✓ ГО
- ✓ ОЛГ
- ✓ Всего консультантов
- ✓ % активности
- ✓ Средний заказ
- ✓ Количество НК (по группе и личных)
- ✓ Количество Директорских групп
- ✓ и т.д.

Развитие бренда

- Узнаваемость
- Презентация себя (команды) – 1-2 мин
- Соц.сети
- Партнерские отношения
- Рынок заботы
- Охват и репутация
- Имидж

Имидж

- Осанка
- Походка
- Жестикация
- Стил в одежде
- Прическа
- Эмоции
- Макияж
- Интонация
- Аромат
- Взгляд
- Улыбка
- Зубы
- Аксессуары
- Речь профессиональная и грамотность
- Этика

Развитие



Открываем свои отчеты за 12 период

Аналитика структуры

Движение ОС

Детализация по новичкам и ГО 1ой линии консультанта

Информация по личной группе

Итоговые показатели

Консультанты в первом уровне

Контрактизация РФ

ЛО по неоплаченным заказам консультантов первой линии

Лицевой счет консультанта

Мои новички

Неоплаченные заказы личной группы

Оборотная ведомость по баллам

Оплаченные и неоплаченные баллы консультантов ЛГ

Отчет по "Стартовой программе"

Отчет по "Стартовой программе" (структура личной группы)

Отчет по движению на счете промо-скидки

Отчет по новым званиям (по структуре консультанта)

Отчет по программе "Faberlic-КЛУБ"

Прогноз получения закрепленного звания (структура)

Программа для наставника

Расчет директорских бонусов

* — поля, обязательные для заполнения

Отчет предоставляет итоговую информацию по всем консультантам вашей структуры, а также Директорам в выбранном периоде.
Цвета и аббревиатуры отчета:
1) Аквамарин и аббревиатура НК - Новый консультант (консультант по дате регистрации), горит у консультанта до первого ЛО
2) Красный цвет и аббревиатура Уд 3 - претендент на удаление по итогам 3-х периодов (такowymi претендентами считаются новички, не сделавшие ни одного заказа, соответственно эта пометка имеет приоритет над пометкой из пункта 1)
3) Красный цвет и аббревиатура Уд 19 - претендент на удаление по итогам 19ти периодов
4) Розовый и аббревиатура УК - удаленный
5) Д-Директор

Желтым цветом отмечаются консультанты - участники временной акции (о наличии подсветки сообщается в новости к этой акции)

Номер Консультанта

770158093

Период *

Кампания 12/2017 (07.08.2017 - 27.08.2017) ▼

Валюта *

Рубль (RUR) ▼

Включить в отчет неактивных Консультантов

☐

Показывать только свою структуру

☒

Скрыть неактивных ВВК

☐

ПРОСМОТРЕТЬ

РАСПЕЧАТАТЬ

Итоговые показатели

Страниц 1 из 6

Отчет сформирован 28.08.2017 11:09:20

Количество консультантов в личной группе:	221
Количество консультантов с ЛО > 0:	69
Активность личной группы, %:	31.22
Количество Директорских групп 1-го уровня:	2
Количество новых консультантов в личной группе:	5
Количество новых консультантов с ЛО > 0:	2
Количество новых консультантов с ЛО >= 50:	1
Количество НК с ЛО >= 50 лично приведенных:	1
Количество расчетных периодов выполнения "Бонуса стабильности"	1
Количество расчетных периодов непрерывного участия в программе "VIP-консультант":	107

Код СЦ	Уровень	Номер консультанта	ФИО	Рег. № наставника	Дата регистрации	Статус	Телефон	Email	ЛО	ОЛГ	ГО	%
4300	0	770158093	Киреева Татьяна Викторовна	770158033	26.05.2010	Д	7 9234918824	tatyana274.0894@gmail.com	101.88	2443.63	9029.59	
4300	1	706991683	Березовская Ольга Евгеньевна	770158093	11.12.2016	Д	7 9505927101	o_berezovskay@mail.ru	10.65	10.65	10.65	

ИНФОРМАЦИЯ ПО ЛИЧНОЙ ГРУППЕ

Отчеты по маркетингу

23% группы первого уровня

Адреса консультантов ЛГ

Аналитика структуры

Движение ОС

Детализация по новичкам и ГО 1ой линии консультанта

Информация по личной группе

Итоговые показатели

Консультанты в первом уровне

Контрактизация РФ

ЛО по неоплаченным заказам консультантов первой линии

Лицевой счет консультанта

Мои новички

Неоплаченные заказы личной группы

Оборотная ведомость по баллам

Оплаченные и неоплаченные баллы консультантов ЛГ

Отчет по "Стартовой программе"

Отчет по "Стартовой программе"

Отчеты и интерфейсные формы могут содержать конфиденциальную информацию Компании. Работа с данной информацией имеет ограничения в части распространения, копирования или другого использования. Определенная информация, согласно «Положению о конфиденциальности», относится к грифу «Коммерческая тайна», ОАО «Фаберлик», Москва, ул. Никопольская, 4.

* — поля, обязательные для заполнения

Номер Консультанта *

770158093

Валюта *

Belarussian Ruble (BYR)

Период *

Кампания 12/2017 (07.08.2017 - 27.08.2017)

Показывать только свою структуру



Включить в отчет неактивных Консультантов



ПРОСМОТРЕТЬ

РАСПЕЧАТАТЬ

MAXIMUM
ONLINE +

faberlic & Florange

План – (звание, сроки)

Показатели	Sit 1	Sit 2	прирост	Мероприятия
ГО				
% активности(А/всех конс)				
Средняя закупка (ГО/А)				
Всего консультантов				
Активных				
ОБГ(рекрутируют)				
НК (с заказами)				
Продавцы				
ПП (прив.покупатели)				
Спящие				

План – открыть ст. Старший Директор (с Д)

18 период 2017 г (6 периодов)

Показатели	Sit 1	Sit 2	прирост	Мероприятия
ГО	4200			
% активности(А/всех конс)	25 / 32(по региону)			
Средняя закупка (ГО/А)	32 б/ 35б (по рег)			
Всего консультантов	520			
Активных	130			
ОБГ(рекрутируют)	6 (2300, 650, 315, 250, 150, 120, 75)			
НК (с заказами)	12			
Продавцы	2			
ПП (прив. покупатели)	109			
Спящие	390			

План – открыть статус Старший Директор (с Д)

18 период 2017 г (6 периодов)

Показатели	Sit 1	Sit 2	прирост	Мероприятия
ГО	4200	6000	1800	
% активности(А/всех конс)	25 / 32(по региону)	32	7	
Средняя закупка (ГО/А)	32 б/ 35б (по рег)	35 б	3 б	
Всего консультантов	520	700	180 (30 чел в период)	
Активных	130	245	115	
ОБГ(рекрутируют)	6 (2300, 650, 315, 250, 150, 120, 75)	7 (3000, 800, 600, 400, 350, 200,150)	(700, 350,285,250, 150, 80,75) =1590 б	
НК (с заказами)	12			
Продавцы	2			
ПП (прив. покупатели)	109			
Спящие	390			

ОБГ

1. $3000 - 2300 = 700 \text{ б}$

2. $800 - 650 = 150 \text{ б}$

3. $600 - 315 = 285 \text{ б}$

4. $400 - 250 = 150 \text{ б}$

5. $300 - 150 = 150 \text{ б}$

6. $200 - 120 = 80 \text{ б}$

7. $150 - 75 = 75 \text{ б}$

ИТОГО: **1590 б**

$1800 - 1590 = 210 \text{ б}$

Система действий

Бизнес-процессы в структуре

- Рекрутинг
- Информирование
- Обучение
- Мотивация
- Сопровождение до результата

Характеристики системы

1. Регулярность
2. Целенаправленность
3. Взаимосвязанность
4. Последовательность
5. Результативность

План – открыть статус Старший Директор (с Д)

18 период 2017 г (6 периодов)

Показатели	Sit 1	Sit 2	прирост	Мероприятия
ГО	4200	6000	1800	
% активности(А/всех конс)	25 / 32(по региону)	32	7	
Средняя закупка (ГО/А)	32 б/ 35б (по рег)	35 б	3 б	
Всего консультантов	520	700	180 (30 чел в период)	
Активных	130	245	115	
ОБГ(рекрутируют)	6 (2300, 650, 315, 250, 150, 120, 75)	7 (3000, 800, 600, 400, 350, 200,150)	(700, 350,285,250, 150, 80,75) =1590 б	
НК (с заказами)	12			
Продавцы	2			
ПП (прив. покупатели)	109			
Спящие	390			

Привилегированные покупатели

Показатели: закупка от 10 баллов ЛО 3-4 раза в год.

Основная функция: потребление

Задача руководителя структуры:

1. Увеличить количество потребления.
2. Организовать процесс для перехода их в целевую группу активных консультантов или продавцов.
3. Информационное сопровождение ПП, включение их в программы и акции от Компании.

Формы работы: информирование, мотивация.

Способы информирования: освоение работы с информацией на сайте, электронные письма, sms-сообщения, включение их в наши группы в социальных сетях .

Способы мотивации: клубные встречи, презентации.

Обучение? НЕТ!

Критерии эффективности: размер средней закупки (руб), периодичность закупки.

Задание: количество ПП, размер их средней закупки, какую систему клубной работы вы можете организовать?



Целевые группы в ПП

1. Активные покупатели первого периода. Отправляем им предложение из каталога и предлагаем участие в «Стартовой программе».
2. Покупатели 2-3 периода. Первый заказ разместили после периода регистрации. Отправляем им предложение из каталога и предлагаем участие в «Стартовой программе».
3. Покупатели 4-19 периодов. Не вошли в Стартовую программу, но делали заказы. Отправляем им любое предложение из каталога.

Система мероприятий для ПП

1. Основная направленность системы.
2. Что участники получать в итоге?
3. Периодичность. (1 раз в квартал)
4. Основные ресурсы. За счет чего это возможно в вашей структуре?
(ваши знания, умения и навыки, ваши Лидеры, партнеры, коллеги)
5. Организация клубных встреч совместно с ОБГ.
(внешние ресурсы: площадки, специалисты и т.д.)



Новые консультанты

Показатели: регистрация в Компанию, размер первой закупки.

Основная функция: самоопределение в вашей группе.

Задача руководителя структуры:

Организовать процесс самоопределения в позицию АК, включение их в Стартовую программу.

Формы работы: собеседование, обучение.

Способы информирования: освоение работы с информацией на сайте, электронные письма, sms, группы в соцсетях

Что умеет НК после обучения? Грамотно использовать продукт для собственного потребления, оформлять заказы в программе «Партнер», рассчитывать ОС по МП.

Критерии эффективности: размер первой закупки.

Задание: количество НК за период, размер их первых закупок, какую систему обучения вы можете организовать для НК?

Что в ней будет новое?

MAXIMUM
ONLINE +

faberlic & Florange

АКТИВНЫЕ КОНСУЛЬТАНТЫ

Показатели: закупка от 50 баллов ЛО каждый период .

Основная функция: рекрутирование.

Задача руководителя структуры:

Организовать процесс освоения профессиональных навыков, включение в VIP-программу.

Формы работы: информирование, обучение, мотивация.

Способы информирования: освоение работы с информацией на сайте, электронные письма, sms, собрание структуры, соцсети

Что умеет АК после обучения? Профессиональные навыки:

- установление контакта с любым человеком
- рекрутирование в Компанию
- проведение 1-минутной презентации продукта, Компании
- формирование коммерческого предложения
- адекватная реакция на критику и отказы

Критерии эффективности: количество НК в структуре, размер средней закупки в группе.

Задание: количество АК в структуре, кол-во приведенных НК, какую систему обучения вы можете организовать для АК?
Что в ней будет новое?

MAXIMUM
ONLINE +

faberlic & Florange

Продавцы

Показатели: закупка от 200 баллов ЛО и выше за период.

Основная функция:

продажа продуктов Компании, построение клиентской базы.

Задача руководителя структуры:

Организовать процесс обучения работы с клиентской базой.

Формы работы: информирование, обучение, мотивация

Способы информирования: освоение работы с информацией на сайте, электронные письма, sms, собрание структуры, соцсети

Формы обучения: бизнес-тренинги.

Критерии эффективности: размер средней закупки (руб)

Задание: какую систему обучения вы можете организовать для продавцов?

Чем она будет уникальна?

Что в ней будет новое?



Доход супер-продавцов при участии в программе «VIP-3»

ЛО = 200 б: «VIP-3»=440 руб. + Н.з.3850 руб. + ОС 528 руб.
= **4 418 руб.**

ЛО = 600 б: «VIP-3»=2200 руб. + Н.з.11 550руб. +ОС 2376 руб.
= **16 126 руб.**

ЛО = 1000 б: «VIP-3»=3960 руб. + Н.з.19250 руб.+ ОС 5280 руб.
= **28 490 руб.**

ЛО = 1500 б: «VIP-3»=6160 руб.+ Н.з.28875 руб.+ ОС 9900 руб.
= **44 935 руб.**

ЛО = 2000 б: «VIP-3»=8360 руб.+Н.з.38500 руб.+ ОС 16720 руб.
= **63 580 руб.**

Лидеры (Организаторы бизнес-групп)

Показатели: от 200 ГО каждый период

Основная функция: организация мероприятий разных форм и разных направлений.

Задача руководителя структуры:

Сформировать Лидерскую позицию, делегировать полномочия, развивать организаторскую компетенцию.

Способы информирования: освоение работы с информацией на сайте, электронные письма, телефонные переговоры, собрание структуры, соцсети.

Формы обучения: Тренинги Совместного Действия, индивидуальное планирование на бизнес-встрече.

Критерии эффективности:

рост ГО структуры Лидера.

формирование организационной компетенции и функциональный рост

Задание: количество Лидеров, самостоятельно организующих мероприятия со своими консультантами?

Размер ОС ваших Лидеров.

План – Старший Директор (с Д) 18 период 2017 г (6 периодов)

Показатели	Sit 1	Sit 2	прирост	Мероприятия
ГО	4200	6000	1800	
% активности	25 / 32(по региону)	32	7	
Средняя закупка	32 б/ 35б (по рег)	35 б	3 б	
Всего консультантов	520	700	180	
Активных	130			
ОБГ	6 (2300, 650, 315, 250, 150, 120, 75)	7 (3000, 800, 600, 400, 350, 200,150)	(700, 350,285,250, 150, 80,75) =1590 б	
НК	12			
Продавцы	2			
Потребители	109			
Спящие	390			

Функциональные переходы по ступеням МП

0-3% Потребитель - консультант	3-6% Консультант - Старший консультант	6-9% Старший консультант - Лидер	9-12% Лидер - Старший лидер	12-15% Старший Лидер - Вице-директор
✓ Знать и грамотно использовать продукцию ✓ Знать свой номер и пароль; ✓ Самостоятельно работать на сайте Партнер: ✓ Как оплатить заказ, получить его ✓ Знать где получить информацию ✓ Знать все программы лояльности и участвовать в них	✓ создавать КБ ✓ работать с теплым кругом ✓ планировать ЛО ✓ Планирование семейного бюджета ✓ Технология работы с каталогами ✓ Технология работы с пробниками ✓ Интернет-магазин ✓ 3-х минутная през. продукта ✓ Работа с возражениями	✓ привлекать НК ✓ осуществлять массовый рекрутинг ▪ Промостойка ▪ Флешмобы ▪ Соцопросы ▪ Дни клиента ▪ Анкетирование ▪ Участие в мероприятиях ▪ соцсети	✓ организовывать мероприятия (ЦГ-потребители) ▪ МК ▪ Розыгрыши ✓ мотивировать консультантов структуры ✓ планировать рост по МП ✓ иметь систему сопровождения НК (потребители) ▪ Рассылка ▪ Чаты ▪ Группы ▪ Видеоинструкции	✓ обучать ✓ сопровождать до результата (до статуса Лидер) ✓ привлекать бизнес партнеров ✓ Встречи 2на 1 12-15% Старший Лидер - Вице-директор

Функциональные переходы по ступеням МП

15-19% Вице-Директор - Старший Вице- Директор	19-23% Старший Вице- Директор - Директор	СтД	ДД
✓ организовывать систему мероприятий	✓ создавать собственную систему Действий ✓ делегировать ✓ создать команду ✓ проводить встречи 2+1 ✓ осуществлять индивидуальное планирование с КБП по показателям	✓ иметь бизнес предложение под ключ ✓ вводить НК в систему ✓ сопровождать до результата (Директор) ✓ продавать себя, как Наставника	✓ работать на ЦА ✓ масштабировать бизнес (новые территории) ✓ автоматизировать процессы ▪ Смс ▪ Рассылка писем ▪ Автообзвон

Разделение позиций руководитель ПВ и руководитель структуры

1. Как руководитель ПВ

- ✓ Акции в ПВ (пример, на каждые 2000-2500 руб – подарок, лотерейный билет и т.д.)
- ✓ 1 раз в 3 месяца мероприятие для потребителей (расскажи о своем любимом продукте)

2. Обучение офис-менеджера и постановка задач для него.

- ✓ Работа с возражениями, доброжелательное и эффективное решение конфликтных ситуаций.
- ✓ Знать активных консультантов, ВИПов, продавцов, формировать для них индивидуальные предложения.
- ✓ Регистрировать НК, информировать их об акциях для НК, выдавать набор для НК, вводить эл.адрес при регистрации, обязательно спрашивать о наличии аккаунтов в соцсетях, добавлять в чат и группу.
- ✓ Обзвонить консультантов, сделавших заказ в первую неделю прошлого каталога, и не сделавших в первую неделю текущего. Мотивирование их на оформление заказов
- ✓ Активно продвигать акции текущего каталога и периода, раздача листовок, информирование, консультирование. Знать об акциях должен каждый пришедший в офис!!! Создавать ажиотажный спрос на позиции, которые могут «уйти в дефицит».



MAXIMUM
ONLINE +

faberlic & Florange

*Будем
успешными
вместе!!!*

