

КНИГА НОВИЧКА группы КОМПАНИЙ



SIGMA
101% УСПЕХА





КНИ

ГА

НОВИ

ЧКА

Разработана
командой 4
Кадра 2015г

СОДЕРЖА НИЕ



ПРИВЕТСТВУЕМ ТЕБЯ НА БОРТУ

Как все начиналось. 8 Наши ценности. 10 Почему ты здесь?
12 Здесь работают друзья. 13 Куда мы движемся? 13

КАК УСТРОЕНА i-FREE?

i-Free и ее дети. 16 Инфраструктура компании. 18 Блок управления
проектами. 20 Инновации как образ мыслей. 20 Как все
работает?. 21 Отчетность. 21 Средства коммуникации. 22
Портал. 24



ЧТО В i-FREE ТЕБЯ МОЖЕТ УДИВИТЬ?

График.	29	Кабинеты и переговоры.	30	Имидж компании.	32	Ты в
офисе.	33	Атмосфера.	34	Отпуска и командировки.	35	
Фришки.	36	Спорт.	36	Корпоративные мероприятия.	37	

КОМАНДНАЯ ИГРА

Время.	41	Карьера в i-Free.	42	Зачем делиться идеями?.	43
Обучение и развитие.	44	Корпоративная академия.	45		
Семинары и конференции.	46				

ЖИЗНЬ i-FREE.	50	FAQ ОТВЕТЫ НА НАИБОЛЕЕ ЧАСТЫЕ ВОПРОСЫ.	
56	СЛОВАРЬ АЙФРИШНИКА	61	

ПРЕДИСЛОВИЕ

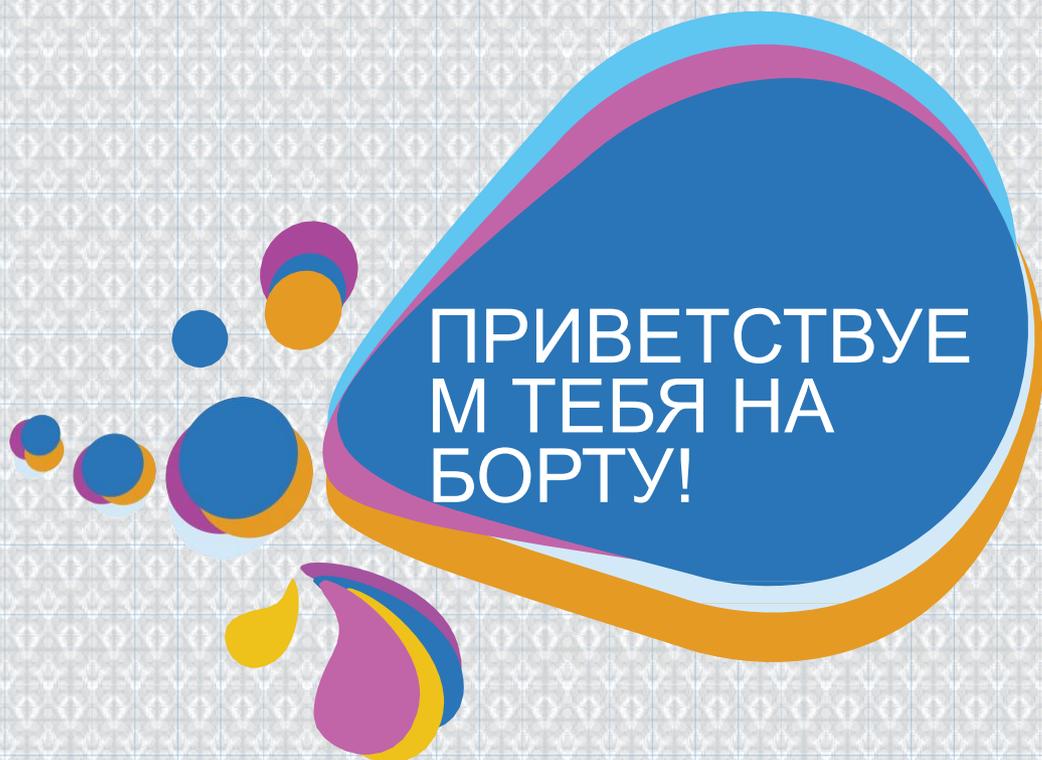


Когда компания только начинала свое существование, она состояла из трех человек. Сегодня их более девятисот. С выходом этой книги в тираж число наверняка изменится, число будет еще больше. Поверь, со стороны этот процесс настолько захватывающий, что за ним можно следить бесконечно, словно за Ниагарским водопадом или статистикой рождаемости в нашей стране, он наверняка бы работал в нашей компании, а известная фраза о том, что все течет и изменяется, вполне могла бы стать корпоративным девизом и трансформироваться. И, как это ни печально осознавать, какая-то информация, отраженная здесь, на момент издания уже устареет. Именно поэтому на полях мы оставили место для радостно осознавать, что пометок и комментариев. Давай писать историю компании связано вместе!

с появлением новых команд и проектов, развитием и расширением компетенций. Галактика «Сигма» обретает новые яркие звезды и созвездия. Да, такая бурная динамика создает некоторые трудности. В этой ситуации сложнее всего наладить эффективную коммуникацию, ведь, чем больше в компании людей, тем тяжелее и медленнее распространяется информация внутри нее, к тому же для нас важно, чтобы каждый новый сотрудник максимально быстро почувствовал себя частью огромной семьи, сразу мог эффективно взаимодействовать с теми, кто работает в смежных подразделениях. И, тем не менее, практическая информация всегда была ключевой для нас. Надеемся, что инструкции, разнообразные подсказки и полезные советы, отраженные здесь, тебе помогут, но чтобы узнать компанию «Сигма» получше и побыстрее,

постарайся проявить инициативу. Каждый новый человек — это новый мир.








КАК ВСЕ

НАЧИНАЛОСЬ

1998г.

состоялось основание компании ООО ЗТПЦ «Сигма»
- в сентябре заключен договор с ПЗ «Рогань»
- 3 декабря в Запорожье прибыла первая фура с продукцией ПЗ «Рогань»

1999г.

начало активного освоения оптового рынка региона, ТМ «Рогань» повсеместно появляется в рознице города и теснит местных производителей ПЗ «Славутич», «ЗПЗ №1»

- в феврале открывается филиал компании в г.Мелитополе
- с мая начинается активное развитие кегового направления
- по итогам года компания занимает 2-е место в Украине по объемам продаж в Украине (после Харькова).

2000 г.

1 мая – произошла покупка базы на Выборгской
- в июне открывается филиал компании в г. Кировограде
- в октябре в компании организован отдел продаж в г.Запорожье начало перехода к прямым продажам в розницу –эпоха борьбы «оптовиками-динозаврами» (Пивная Компания, Альтаир, Гайдар, Акватория, Лайт, Сараби, Повстяная, Белов)
- в декабре к ТМ «Рогань» добавляются бренды Сан Интербрю Украина (ТМ «Черниговское», «Taller», «Янтарь»)

Итак, тебе уже удалось пройти несколько собеседований и, наверно, узнать своего руководителя.

Несколько непривычная обстановка
Много чужих непонятных лиц? Не беспокойся, в твоём положении оказывался каждый из шестисот с лишним сотрудников.

2001г.

переход к формату крупной мульти брендовой компании (расширяется товарный пакет, меняется стереотип розницы о том что Сигма – это только Рогань
- проводится активная работа по увеличению розничной клиентской базы.
В октябре начинается формирование отдела логистики

2002г.

- в июне открывается филиал компании в г.Бердянске
-компания первой начинает полное освоение всей территории области (Вольнянск, Н-Николаевка, Орехов, Пологи, Покровское, Никополь)

2002г.

- в октябре открывается активный склад – «Пивной Двор» (используя «партизанскую» тактику работы мелких оптовиков на территории Космического, Жовтневого, Шевченковского р-нов была значительно увеличена клиентская база и фатально подорваны позиции Лайта, Пивной Компании и пр.оптовиков)

2003г.

в апреле открывается склад-терминал «Промузел»



2006г.

-В апреле заключен контракт с компанией Аквапласт, в этом месяце происходит расторжение контракта с компанией «Сеса», основной причиной было это политика нашей компании – «работа только с эксклюзивными брендами»
Официальное открытие филиала в г. Днепрорудном, с первой отгрузкой произошло 21 мая 2006г. С 1 июня 2006г. произошел перевод эксклюзивной команды ТП Сан Интербрю с бывшего дистрибьютора на Днепрорудненский ф-л.
В августе 2006г был закуплен первый собственный транспорт. Три грузовых автомобиля Газ 3309. Так на филиале появился транспортный отдел.
С 1 сентября 2006г отделилось и начало самостоятельно развиваться кеговое направление

КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ

2007г.

- 2007г. прошел в формировании костяка филиала во всех подразделениях. Появились сотрудники которые отработали на филиале год и более, что позволило провести конкурс на «Лучшего специалиста сезона 2007г.». Также в этом году площадь складских помещений увеличилась в двое.
- Начало работы компании в новом для себя бакалейном направлении

2009г.

- 4.09. открывается новый логистический комплекс «Степное» состоящий из просторных складских помещений и большого офисного здания, оборудованного по евростандартам.
- В августе начал функционировать корпоративный сайт sigma.zp.ua где размещается информация: о новостях компании, продукции, внутренних приказах и инструкциях, событиях праздниках и т.д.

2009г.

- В июле компания начала сотрудничество с российским производителем ОАО «Прогресс» лидером продаж детского питания. Тем самым открыв новое направление продаж- отдел «Детское питание»
- Наша компания стала лучшим дистрибьютором в Украине по программе дистрибьюторского мастерства «Сан ИнБев Украина»

2011г.

- 3 марта 2011 на конференции ABInBev в Испании «Сигма» получила награды:
 1. За лучший результат Украины в категории Доставка
 2. За активное участие в развитии партнерских отношений

2012г.

- С февраля 2012г наша компания возобновляет сотрудничество с компанией «Кернел Трейд» в статусе официального дистрибьютора растительных масел «Щедрый дар», «Стожар», «Чумак», оливкового «Равика» и консервации «Маринадо»
- 3 марта стартовала программа «Сигма завтра. Трансформация» призванная усовершенствовать рабочие процессы в компании

2013г.

- В апреле стартовала программа Лучший из лучших. На протяжении года сотрудники всех направлений соревновались в качестве своей работы.
- Июнь- открывается новый отдел Алко, стартующий как партнер компании «УДК» (Медовуха, Первак, ОКЗ)

2013г.

- С июня образовывается отдел Напитки +, который занимается продажей слабоалкогольной продукции и энергетиков (Shake, Revo, Non Stop, Monster)

2014г.

- Летом подводятся итоги программы Лучший из лучших. 5 сотрудников компании (ОСОП, торговый отдел, логистика, ТЭО, склад) награждены путевками в путешествие по Европе (Польша, Чехия, Австрия, Венгрия)
- Июнь- стартует две новых программы по мотивации лучших сотрудников: 101% успеха и Лучший из лучших
- Осенью открывается филиал в городе Александрия
- 24 января 2014 года открытие филиала в Кривом рогу- основные направления дистрибуции Напитки +, Кормотех, Детское питание, Лукас.
- 7 апреля 2015 года на Криворожском филиале проходит старт по новому направлению для компании, дистрибуция молочной продукции БМК (БелоЦерковский Молочный Комбинат), Терра Фуд, Словяночка

Куда мы движемся?

Как и каждый мечтавший стать космонавтом, мы движемся к звездам. К заоблачным высотам, которые, надеемся, станут доступными благодаря нашим проектам. Мы стремимся к звездам, которые вырастут из наших сотрудников, благодаря их трудолюбию и желанию развиваться.

А в сущности, хотим, чтобы твоя жизнь в компании приносила тебе удовольствие за счет формирования оптимального пакета брендов, расширение территории и открытие новых площадок, внедрении обучающих и мотивационных программ персонала, передовых технологий логистики - которые позволят максимально влиять на рынок создавая уникальное преимущество компании.

Основной вид деятельности компании – прямая дистрибуция пива, бакалеи, напитков и продуктов питания.

Потребителями нашей продукции являются национальные и региональные сети, розничные торговые точки, предприятия общественного питания, рынки находящиеся на территории двух областей.

Мы активно развиваемся, совершенствуем систему управления, учета, логистики, продаж – как следствие имеем ежегодный рост на уровне 30-40%.

Стратегические цели компании

Создание уникального конкурентного преимущества

- а) бизнес процессы
- б) умения и навыки
- в) корпоративная культура
- г) незаменимые для партнёров услуги

Получение максимальной рыночной доли

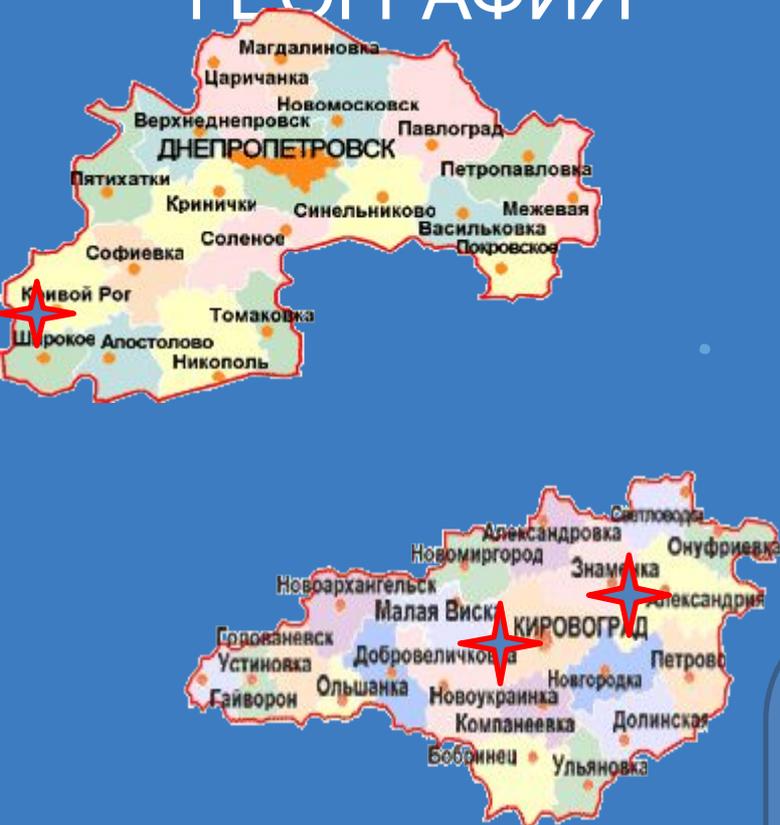
- а) сформировать максимально сбалансированный пакет, который сможет удовлетворить внутренние потребности компании и потребности наших партнёров.
- б) развитие перспективных ниш, а также альтернативных каналов сбыта.
- в) максимальное использование потенциала каждой торговой точки на обслуживаемой территории.

Создание условий для реализации потенциала наших сотрудников

- а) эффективная программа подготовки и обучения
- б) прогрессивная система мотивации
- в) атмосфера способствующая индивидуальным достижениям и получению командного результата (сбалансированная система показателей)



НАША ГЕОГРАФИЯ



- Компания насчитывает 7 филиалов (склады, транспорт, фокусные и эксклюзивные команды торговых представителей) расположены на территории 3-х областей Украины: Запорожской, Днепропетровской, и Кировоградской областях.
- Они расположены в крупных городах : Мелитополе, Запорожье, Бердянске, Днепрорудном , Кривом Рогу, Кировограде и Александрии
- Всего на данной территории мы обслуживаем более 5000 торговых точек разных категорий (супермаркеты, магазины, киоски, общепит, крупные промышленные предприятия, рынки, автозаправки и аптеки и пр.) во всех населенных пунктах области
- Нашими клиентами являются все торговые сети открывшие свои магазины на нашей территории (АТБ, Амстор, Сильпо, Метро, Фуршет, Велика Кишеня, Большая Ложка и другие)
- У всех подразделений работает четкая система:
Логистики- доставка 24 часа
Учета- прозрачность взаиморасчетов

Исторически сложилось, что «Сигма» начиналась с ряда основополагающих ценностей и принципов, которые по сей день актуальны для каждого сотрудника и позволяют формировать лицо компании на внешнем рынке и дружественную плодотворную атмосферу внутри.

Да, мы не любим громких слов и лозунгов — ими пестрит большинство вакансий компаний, в которых к тебе будут придираться за каждую потерянную шариковую ручку или опоздание на 5 минут. Зато то, что для нас по-настоящему важно, сформулировано ниже.

Когда говорят о правилах дорожного движения, часто упоминают о том, что они написаны кровью пострадавших. Наши принципы и ценности написаны улыбками довольных сотрудников и эффективной работой.

МИССИЯ КОМПАНИИ:

Мы – украинская группа компаний «СИГМА». Мы делаем доступней отечественные и мировые бренды.

Условием нашей стабильности является наше развитие, а сумма качеств нашей команды дает нам уверенность в нашем будущем.

Мы станем Национальной компанией. Мы гордимся достижениями наших партнеров и вместе делаем невозможное возможным

НАШИ

Принципы

Мы – формируем и внедряем высокие стандарты качественной дистрибьюции.

Мы – профессиональная команда единомышленников.

Мы – постоянно растем, совершенствуемся, содействуем экономическому развитию региона, создаем новые рабочие места.

Мы - строим долгосрочное и взаимовыгодное сотрудничество с партнерами, основанное на общих интересах и уважении.

Мы - делаем доступнее лучшие отечественные и мировые бренды.

Мы - создаем условия для обучения, обеспечиваем для всех справедливое отношение, надежную материальную основу и возможность раскрытия потенциала каждого из нас

Наши партнеры

САН ИнБев Украина

«САН ИнБев Украина» – бесспорный лидер на украинском пивном рынке с 2000 года. Это молодая и динамичная компания, наследник и достойный продолжатель многовековых традиций крупнейшей международной пивоваренной компании [Anheuser-Busch InBev](#) на украинском рынке.

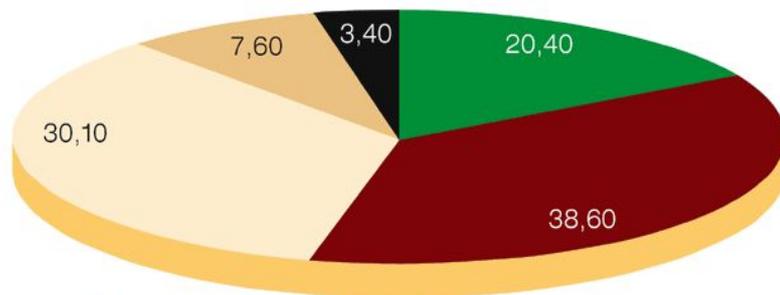
Компания [Anheuser-Busch InBev](#) – лидер мирового пивоварения, образовалась после завершения сделки между компаниями InBev и [Anheuser-Busch](#).

В Украине компания объединяет три пивоваренных предприятия: Черниговское, Харьковское и Николаевское отделения «САН ИнБев Украина». В портфель брендов компании входят три национальных бренда – «Чернігівське», «Рогань» и «Янтар» и семь международных брендов – Bud, Stella Artois, Starobrno, Beck's, Leffe, Hoegaarden, Lowenbrau.



Лидеры пивного рынка

Рыночные позиции крупнейших пивоваренных компаний на украинском рынке (%) в 2007 году



- ВВН Украина
- САН ИнБев Украина
- Оболонь
- Сармат
- Другие

Источник:
По данным операторов рынка.

Линейка продукции

Портфель брендов САН ИнБев



Лицензионные бренды



Национальные бренды



Наши партнеры

Pepsico в Украине

Компания PepsiCo — один из крупнейших в Украине производителей продуктов питания и напитков. 27 миллионов украинцев – две третьих населения страны – регулярно потребляют продукцию компании. Компания уверенно лидирует на рынке соков и соковой продукции, где она представлена брендами «Сандора», «Садочок», «Сандорик», «Бонус» и «Николаевский соковый завод. PepsiCo в Украине имеет сильные позиции на рынке снековой продукции: бренд Lay's занимает второе место на отечественном рынке чипсов и лидирует в канале организованной торговли; в сегменте сухариков динамичный рост демонстрирует бренд «ХрустTeam». Торговые марки «Чудо», «Слов'яночка», «Машенька», «Ромол» и «Смачненький» выводят компанию на ведущие позиции украинского рынка молочной продукции. PepsiCo в Украине производит детское питание «Агуша», которое является лидером на украинском рынке в своем сегменте. В портфель брендов компании входят также популярные газированные напитки Pepsi, 7UP, холодный чай Lipton Ice Tea, минеральная вода «Ессентуки», энергетический напиток Adrenaline Rush.

Компания является одним из крупнейших инвесторов в экономику Украины и налогоплательщиков в бюджет страны.

Линейка продукции

НАПИТКИ



СОКИ



ЧЕКИ



ДЕТСКОЕ ПИТАНИЕ



МОЛОЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ



Наши партнеры



Кернел – ведущая агропромышленная компания в Украине и России. Экспортируя ежегодно около 5 млн тонн сельскохозяйственной продукции, Кернел является крупнейшим поставщиком подсолнечного масла и шрота на международный рынок и одним из крупнейших экспортеров зерновых из черноморского региона. производственные активы простираются от черноземных сельхозугодий до маслоэкстракционных заводов, а логистика строится на базе крупнейшей сельскохозяйственной инфраструктуры, включающей сеть элеваторов и глубоководные экспортные терминалы.

Линейка продукции



Компания «**Кормотех**» первый украинский производитель сухих и влажных кормов для кошек и собак.

Компания «Кормотех» — это качество и инновации, европейское оборудование и международные консультанты
Компания «Кормотех» — это два высокотехнологичных завода по производству сухих и влажных кормов для кошек и собак, равных которым нет в Украине.
Производственные мощности компании составляют 20 тонн готовой продукции в день (влажные корма) и 80 тонн на день (сухие корма).

Линейка продукции



Наши партнеры



Корпорация «Украинские минеральные воды» - крупнейшая национальная производственная компания, один из лидеров по добыче и производству минеральных лечебно – столовых вод на украинском рынке, - работает с 1994 года. Продукция корпорации завоевала более 70 наград на разнообразных конкурсах и выставках за рубежом и в Украине.

Линейка продукции



ООО «АКВАПЛАСТ» - производитель высококачественных безалкогольных газированных напитков ТМ «ФРУТС», «Арабелла», «ГОСТовский», «4x4 ПОЛНЫЙ ПРИВОД», питьевой очищенной воды ТМ «Утренняя роса». С момента основания в 1996 году приоритетами предприятия являются высокие стандарты качества продукции, приемлемая цена и внимание к пожеланиям потребителя.

Линейка продукции



Наши партнеры



"Империя продуктов" ООО – украинский производитель кукурузных снеков под ТМ «Бумкорн». Образованное в 2003 г., на сегодняшний день предприятие является одним из крупнейших, лидирующих в данной отрасли в Украине. Продукция ТМ «Бумкорн» успешно продается во всех регионах нашей страны. "Империя продуктов" ООО – ЛАУРЕАТ Всеукраинского конкурса качества продукции

"100 кращих товаров України" Для производства сладких кукурузных палочек используется только кукурузная крупа, подсолнечное масло и сахарная пудра.

Линейка продукции



Компания «Лантманнен Акса», часть скандинавского пищевого концерна Lantmannen. Ее символом не случайно стал росток, один из древнейших символов жизни. Ведь они берут у земли самое полезное и создают условия для полноценной жизни, производя безопасные и высококачественные продукты питания.

Эти продукты пользуются огромным спросом и продаются в 45 странах, то есть в каждой четвертой стране мира. Годовой оборот Lantmannen составляет более 3 миллиардов долларов США. Над удовлетворением потребностей и запросов потребителей работают почти 10 000 человек в 18 странах мира, где открыты представительства концерна. Представительство Lantmannen в Украине

В 1991 году на Бориспольском заводе продтоваров было установлено оборудование по изготовлению быстрых завтраков. В 1997 году была создана торговая марка «START!», которая за время своего существования расширила ассортимент от двух до 30 наименований.

Линейка продукции



Наши партнеры



О компании

Компания «АВК» — один из лидеров кондитерской отрасли Украины — начала свою деятельность в 1991 году. Уже более 10 лет центральный офис «АВК» находится в Киеве, а основные производственные мощности компании сейчас сосредоточены в Днепропетровске.

Кондитерские изделия «АВК» отличаются высоким качеством и превосходными вкусовыми характеристиками, имеют оригинальный дизайн, нестандартную упаковку, собственный стиль, выделяющийся на фоне продуктов-конкурентов. Производственные мощности компании сертифицированы по международному стандарту ISO 22000. Получение этого сертификата подтверждает безупречную работу системы управления безопасностью пищевой продукции на предприятии. Благодаря этому, продукция «АВК» конкурентоспособна с лучшими мировыми аналогами и популярна в более чем 20 странах мира.

Фабрики

ЗАО «Кондитерская фабрика АВК г. Днепропетровск»

Дата основания - 1973 г.

Площадь фабрики - 14639 кв. м.

Количество сотрудников - 2342 чел.

Мощность фабрики - 79838 тонн продукции в год*.

Основная специализация - шоколадные, пралиновые конфеты и конфеты на основе полых вафель.

Линейка продукции



Наши партнеры



Производственно-торговая компания «Лукас» была основана как семейный бизнес в Кременчуг (Украина) в 1995 году. На момент создания основной вид деятельности - продажа кондитерских изделий.

Открыв в 1999 году собственное производство, Компания прошла путь от небольшого цеха по выпуску песочного печенья, производительностью 100 кг в смену, к большому производственному предприятию, производственной мощностью 2,5 тысячи тонн продукции в месяц.

Особой вехой в истории Компании стало открытие второго производственной площадки и внедрение на нем нового направления деятельности - производства изделий из слоеного теста.

Сегодня компания «Лукас» - современное, динамично развивается, ведущий производитель слоеных изделий, которое входит в число лучших кондитерских предприятий Украины. Ассортимент продукции насчитывает более 100 наименований, среди них - изделия из слоеного, песочного теста, конфеты и торты.

Высокий уровень продукции торговой марки «Лукас» подтверждено многочисленными дипломами и наградами. Среди них 1 место в национальном бизнес-рейтинга «Лидер отрасли». Также Компания признана «Предприятием года», опередив 35000 предприятий Украины по десяти ведущих экономических критериев. Является победителем Всеукраинского конкурса качества продукции «100 лучших товаров Украины» 2013 года.

Линейка продукции



Наши партнеры



Прогрессивный, стильный, ставящий перед собой амбициозные цели и достигающий их – вот основные характеристики Потребителя, на которого ориентируется Группа Компаний «Новые Продукты».

С появлением в 2003 году Группы компаний «Новые Продукты», украинский рынок напитков претерпел серьезные изменения: новый игрок сразу обозначил свои лидерские амбиции и уверенно двигался к достижению поставленных целей. На сегодняшний день «Новые Продукты» - один из крупнейших производителей напитков и снеков в Украине.

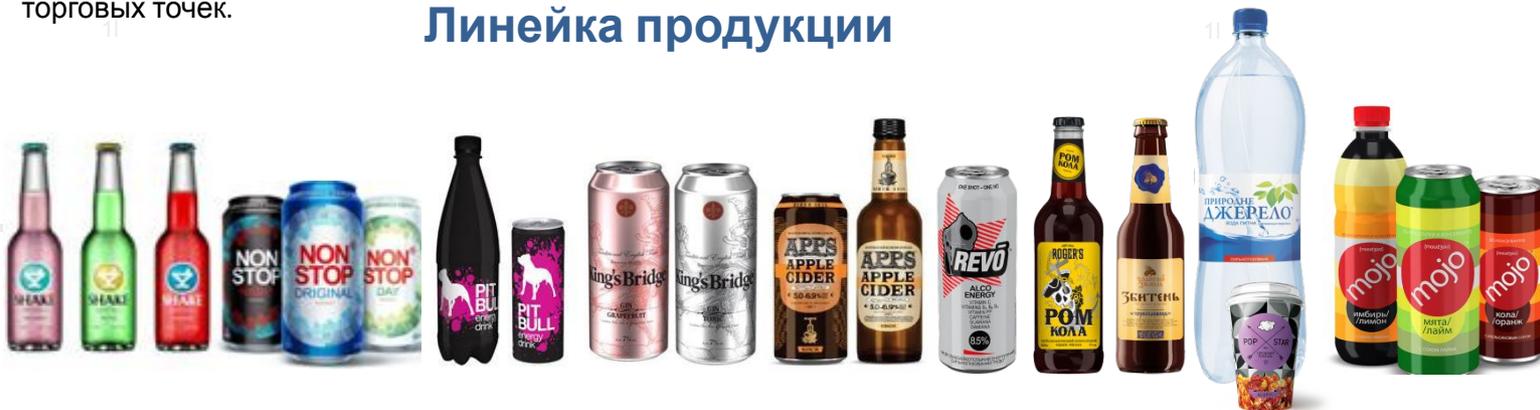
Приоритетные категории производства – алкогольные и энергетические напитки. С 2014 года Компания начала производство натуральных ферментированных напитков (сидра, збитня), а также снеков (шоколадно-фруктовых батончиков и попкорна).

ГК «Новые Продукты» экспортирует свою продукцию в 15 стран мира (Азербайджан, Грузия, Италия, Китай, Молдова, Нигерия, Германия и другие страны). Уровень дистрибуции слабоалкогольных напитков составляет 98%, энергетических – 70% и 50% – безалкогольных напитков.

Штат сотрудников Группы Компаний составляет более 1 500 человек.

Ежедневно компания обслуживает более 25 000 заказчиков и 79 000 торговых точек.

Линейка продукции



Компания производит более 36 наименований продуктов под 13 брендами: APPS, «Збитень Золотой Шмель», «Природне джерело», MOJO, SHAKE, ROGER'S, KING'S BRIDGE, NON STOP, PIT BULL, REVO Energy, REVO Alco Energy, POP STAR, EAT ME

Наши партнеры



Для найдорожчого в житті.

Главный офис компании HiPP находится в небольшом городке Пфaffenхофен (Бавария) в Германии – городе, откуда началась ее история. Сегодня продукция компании представлена в более 50 странах Европы и Азии. Среди них: Германия, Великобритания, Австрия, Швейцария, страны Скандинавии, Франция, Италия, Испания, Хорватия, Чехия, Польша, Украина, Россия, Венгрия, Турция, Вьетнам и другие.

Компания производит детское питание HiPP и детскую косметику HiPP Babysanft. Все производство сконцентрировано на предприятиях в Германии, Австрии, Хорватии, Венгрии и Швейцарии. При этом HiPP более 80% ассортимента своей продукции производит на собственных предприятиях. По мнению Клауса Хиппа, только собственное производство может обеспечить надлежащее качество продукции. **И главное – продукция компании HiPP для всех стран производится на одних и тех же предприятиях и по единым стандартам.**

Линейка продукции



ідеально для початку

Уже более 19 лет специалисты компании Bebivita прилагают все усилия, чтобы Ваш ребенок с самого начала получала только полезные продукты. Это - главная цель в разработке продукции Bebivita. Торговая марка Bebivita основана в Германии в 1994 году как производитель продукции детского питания. На сегодняшний день производство продукции Bebivita находится во многих странах Европы: Германии, Швейцарии, Австрии, Венгрии, Украины. Так, например, инстантные чаи Bebivita поступают в Украину из заводов Швейцарии и Австрии, соки - из Германии, Венгрии и России, фиточаи, фитованны и детская вода - изготавливаются в экологически чистом регионе Украины - Закарпатье.

Все продукты Bebivita изготавливаются в соответствии требованиям Европейского Союза к детскому питанию и немецким стандартам качества детского питания независимо от страны, в которой находится производство.

Линейка продукции



Наши партнеры



Компания «Экония» является производителем пяти брендов питьевой воды: Идея создания новой компании возникла в 2008 году. Вопреки тяжелой экономической ситуации, но благодаря усилиям, профессионализму и сплоченности команды в марте 2009 года состоялся запуск современного в Украине производства минеральной воды и детского питания. С момента создания компании была определена его главная цель: стандарты качества предприятия должны быть высокими и соответствовать высоким мировым требованиям, ведь предприятие специализируется на производстве продукции для детей. Компания «Экония» - это не только современное предприятие с высокими международными стандартами качества, но и мощная дистрибьюторская сеть, что позволяет сделать продукцию «Экония» доступной в любой точке Украины. Это очень важно, ведь качественная вода - жизненно необходимый продукт, который нужен всем, независимо от возраста и региона.

«Экония» - стабильный партнер с инновационными технологиями, нишевыми продуктами и перспективами совместного развития.

Продукция компании «Экония» производится на современном производственном предприятии в городе Золотоноша Черкасской области. Источник сырьевой базы является уникальным, поскольку имеет оптимальный первоначальный химический состав, именно такой, который необходим для производства детской воды.

Линейка продукции



Наши партнеры

БАЯДЕРА ЕЛІТ

BAYADERA GROUP

Компании Баядера Логистик «Элит» и Баядера Импорт входят в один из самых больших холдингов Украины, специализирующийся на производстве и реализации высококачественного алкоголя, Баядера Групп. Численность сотрудников Баядера Групп насчитывает более 4800 сотрудников. ООО «Баядера Холдинг» - управляющая компания. ООО «Баядера Логистик» - дистрибутор алкогольной продукции на территории Украины. ООО «Баядера - Импорт» - импортер алкогольных напитков.

Линейка продукции



Компания «Винфорт» основана в 1999 году, как предприятие, специализирующееся в области импорта и торговли качественными алкогольными напитками. На сегодняшний день у нас налажены тесные деловые контакты со всеми регионами Украины.

В число наших клиентов входят крупные операторы украинского алкогольного рынка, сети супермаркетов и кэш-энд-керри. Учитывая динамику развития винного рынка Украины, многообразие предлагаемых вин и крепких спиртных напитков, мы поставили перед собой задачу собрать в своем портфолио именно те бренды, которые являются мировыми лидерами.

На сегодняшний день предлагаемая нами коллекция вин и крепких спиртных напитков охватывает практически все винодельческие регионы мира.



Наши партнеры

Гетьман

Торговая марка «Гетьман» была основана в 1996 году. В 2001 г. во Львове было основано ООО "Научно-производственное предприятие «Гетьман». Предприятие, мощность которого 2,5 млн. бутылок в месяц, было оборудовано современным высококачественным оборудованием.

Линейка продукции



История завода «Агро-Дар» насчитывает более 40 лет. В 1963 году на территории исторической Бесарабии был построен завод по производству консервной продукции. До 2001 года завод находился в государственной собственности.

Основные направления деятельности ООО «Агро-Дар» это: виноградарство и виноделие, переработка сельскохозяйственной продукции и производство томатной пасты и сока, а так же консервирование овощей.

ООО «Агро-Дар» выпускает свою продукцию под ТМ «Винлюкс», которая вышла на украинский рынок в октябре 2001 года. Сегодня ТМ «Винлюкс» предлагает весь спектр вин – более пятидесяти наименований: сухие, полусухие, полусладкие и десертные.

Линейка продукции



Компания «Пищевик»

Портфель компании, кроме известных и полюбившихся многим нашим соотечественникам Кагоров под ТМ «Болград» и вермута «Marelli», пополнился шампанским «Asti Marelli» и изысканным коньяком «BOLGRAD».





Наши партнеры

ГП «Житомирский ликеро-водочный завод» — предприятие более чем с вековыми традициями качества. Завод основан в июле 1896 года. Основными видами деятельности предприятия являются: производство спирта этилового; производство водок и ЛВП; производство соков спиртованных и броженных; производство солода; розничная и оптовая торговля.

В 2007 году предприятие сертифицировано в Международной системе управления качеством предприятия ISO-9001. В 2008-2010 продукция Житомирского ликеро-водочного завода, занимала призовые места на престижном всеукраинском конкурсе "100 лучших товаров Украины", а в 2011 году водка особая "Житомирский Стандарт" стала победителем этого конкурса.

Линейка продукции



Eastern Beverage Trading Украина – компания с иностранными инвестициями (Eastern Beverage Company). Одна из самых больших украинских алкогольных компаний. Наши торговые марки — Medoff, Мърная, Рідна Роса, На березових бруньках, Наша Марка, Коктебель и другие. Представительства находятся в каждом регионе Украины. В компании работает более 1200 человек. Инновационные разработки в сфере создания эксклюзивных алкогольных продуктов, гибкая маркетинговая политика и традиции качества позволяют нам входить в пятерку лидеров отрасли.

Линейка продукции



Прежде чем попасть в компанию, тебе пришлось пройти несколько этапов собеседований и, возможно, выполнить тестовое задание. К тому же, до того, как тебе позвонит, отдел кадров

**ПОЧЕМ
У
ТЫ
ЗДЕСЬ**

Проделал огромную работу по изучению твоего профайла. Можно гарантировать, им пришлось нелегко, ведь за каждой закрытой вакансией в Сигме стоит колоссальная аналитическая работа, которую наши отборщики делают, чтобы из сотен кандидатов выбрать на данную позицию. Поэтому каждый новый сотрудник компании имеет полное право собой гордиться.

Мы очень ценим сотрудников, у которых можно чему-нибудь научиться.

Помимо профессиональных качеств, в потенциальных сотрудниках мы ценим стрессоустойчивость, способность решать проблемы максимально оперативно, изобретательность, общительность, творческие способности.

Даже в первый взгляд в удобном рутинном процессе можно найти творческую

Мы — молодая компания, средний возраст наших сотрудников — 29 лет, возраст очень креативной синергии опыта и драйва.

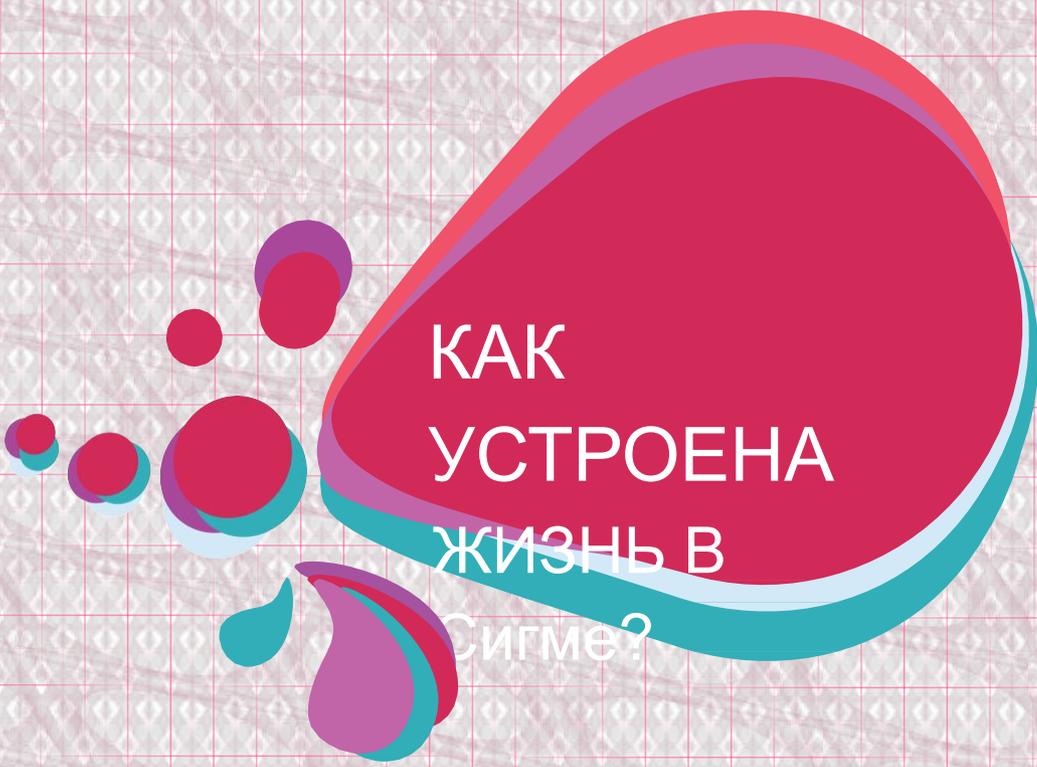
Однако это ни в коем случае не **главное** — **быть профессионалом и не потерять способности быстро учиться.**

Мы хотим, что бы ты наравне с нами гордился нашими достижениями. Так как мы с тобой проведем еще не один день вместе и будем достигать новых высот!

На твое место претендовал, ни один человек

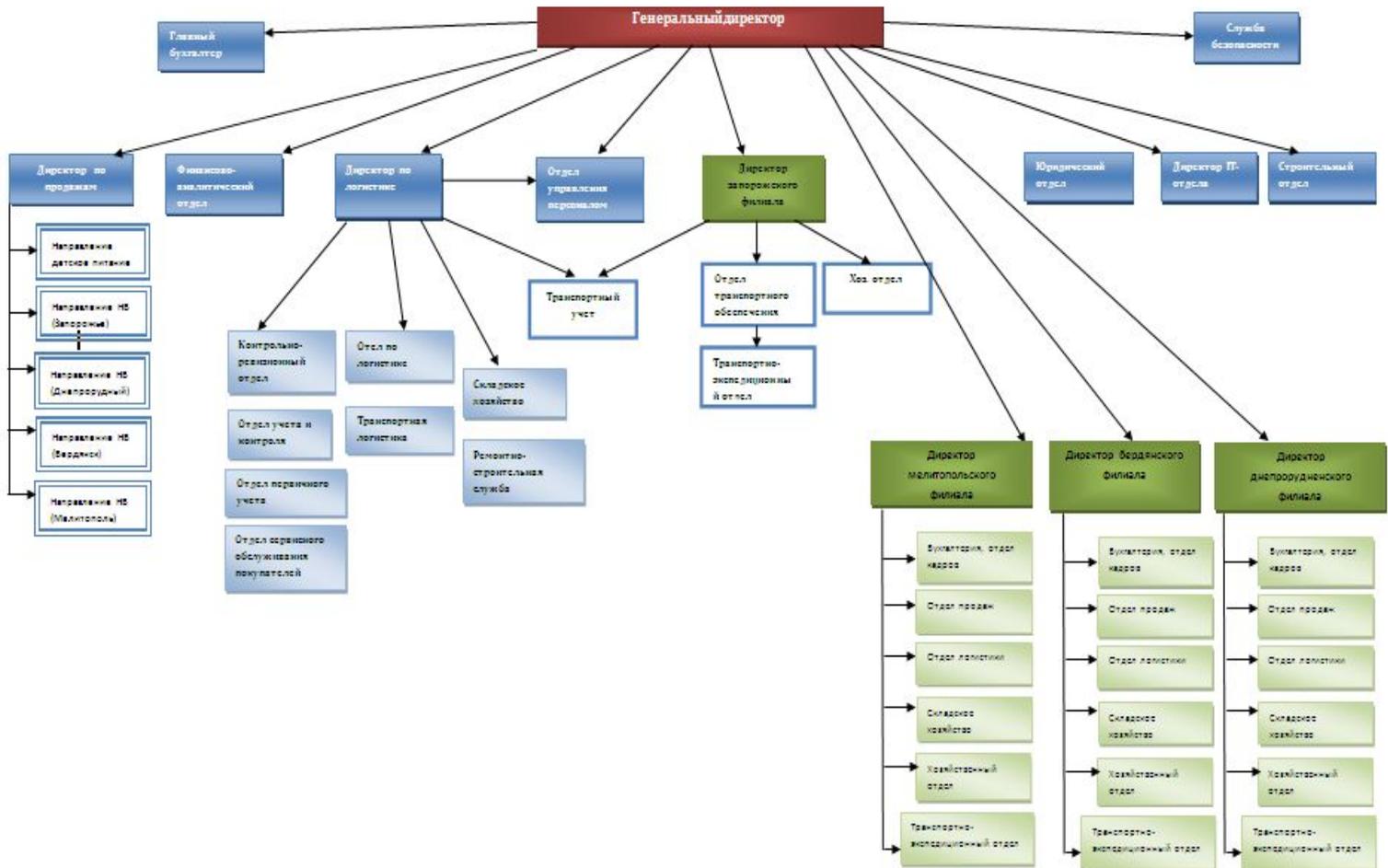
Наши достижения

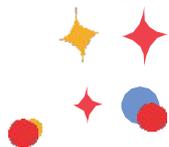
- Мы сделали УМВ №1 в сегменте минеральных вод;
- Всего за 1 сезон – 2008г. Мы вернули долю в домашнем регионе ТМ «Ярыло». ЭТО ПОМОГЛО НАМ ЗАПУСТИТЬ СТРОИТЕЛЬСТВО СКЛАДСКИХ КОМПЛЕКСОВ!
- Мы обеспечили прочные позиции ТМ «Фрутс» и «Утренняя роса» в регионе, содействовали выходу данных брендов на 4-ую позицию по продажам в Украине!
- Мы закрепили свой позиции на рынке Запорожского региона с ТМ «НПП», доля которого составляет 17% (при общеукраинской 11%)
- В 2009 г. За 1.5 года мы увеличили продажи ТМ «Лукас» в 2 раза (сделав данный бренд одним из лидеров в своем сегменте)
- Мы сделали Pepsi №1 в регионе в сегменте кола с представлению на уровень 98% сместив с данной позиции продукцию Coca-Cola, а также добились того, что Pepsi в Запорожье имеет самый высокий в Украине индекс потребителя.
- Прирост продаж АВК в 2011г. по отношению к 2010г. составил +57% (и этом есть также наша заслуга)



КАК
УСТРОЕНА
ЖИЗНЬ В
Сигме?

Структура Компании

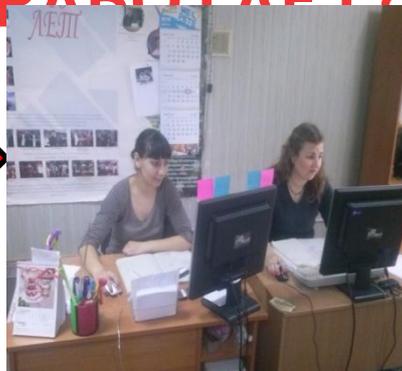




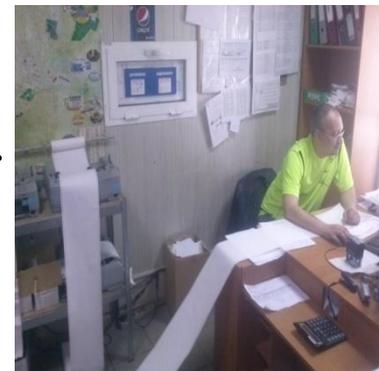
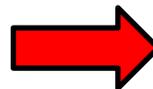
КАК ВСЕ РАБОТАЕТ?



Торговый представитель формирует заказ в торговой точке.



Офис менеджер обрабатывает заявку

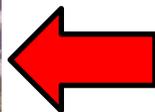


Логист комплектует рейсы доставки, передает накладные на склад



Экспедиция доставляет товар в торговую точку

Склад собирает товар согласно заказа

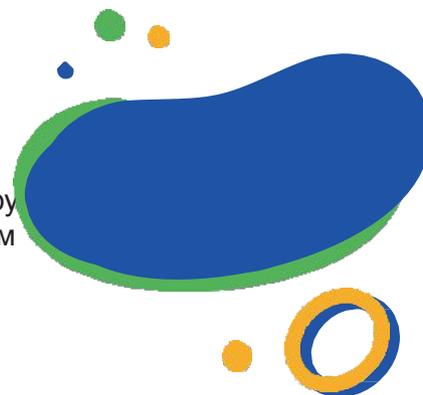


СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

Несмотря на кучу современных гаджетов, главное средство коммуникации в компании Сигма — это язык. Не нужно стесняться спрашивать, обращаться за помощью, делиться новостями с коллегами, узнавать их еще ближе. Мы все обращаемся друг к другу на «ты» и не боимся общаться

с коллегами из других отделов. Лучший способ что-то выяснить — подойти и поговорить.

Мы уважительно относимся друг к другу, поэтому разговариваем вежливо. Не требуем, не приказываем (в том числе и подчиненным), а просим и предлагаем. Этого вполне достаточно.



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
КОРПОРАТИВНОЙ
ПОЧТЫ

Что же касается основных рабочих инструментов — это твой почтовый ящик (вся переписка ведется через корпоративную почту)

Вне зависимости от твоих предпочтений в области программного обеспечения и почтовых инструментов, использование корпоративной почты — обязательно. Это один из основных (помимо сотовой связи и личной встречи) инструментов коммуникации. Не открывая свой почтовый ящик, ты рискуешь пропустить важную информацию или встречу, которая может значительно повлиять на твою работу.



КОРПОРАТИВНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ



В офисе мы проводим большую часть суток, поэтому предлагаем это делать с удовольствием. Крупные корпоративные мероприятия, праздники помогают нам лучше узнать друг друга, тем самым повысить эффективность взаимодействия и в рабочих процессах, ведь отдыхает хорошо тот, кто хорошо работает. И это очень легко проследить по нашим большим корпоративным мероприятиям. Если мы поработали «Традиционно» в компании празднуйте себе закрытие сезонов крупных событий: Новый год, Открытие и Закрытие летнего сезона



К тому же, у нас принято звать на дни рождения всех сотрудников, и тогда маленький праздник превращается в большой.

Организуя праздники, проявляй инициативу, но не мешай рабочим процессам. Бронируя зону для вечеринки, старайся учесть интересы всех коллег, выбирай для нее наиболее удобное время. Для создания большого праздника можешь объединиться с коллегами и устроить грандиозную вечеринку.



Интересные цифры

В компании на данный момент работает :

947
сотрудников



Доставочный парк состоит из:

56
автомобилей



Максимальный
тоннаж вывезенный
за 1 день 1
площадкой :

185 тонн



Карьера в Компании Сигма

В компании очень много примеров мощнейшего роста, и у тебя может получиться. Если ты с нами, значит, у тебя есть возможность добиваться большего.

Ты можешь здесь реализовать и карьерные, и финансовые амбиции, было бы все в порядке с мотивацией. Разумеется, смена работы – это жизнь, но если у тебя возникнут какие-то проблемы или понизится мотивация работать над текущим проектом или в родном отделе, прежде, чем писать заявление об уходе, расскажи об этом любому сотруднику HR-отдела, кому больше всего доверяешь. В компании Сигма очень много примеров перемещений сотрудников из отдела в отдел. Может, твой случай из этой серии. Мы понимаем, что человек может засидеться на одном месте, потерять вкус к работе, но зачастую у нас есть что ему предложить. Ценного и квалифицированного сотрудника будет рад увидеть едва ли не каждый руководитель в компании

ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ

Компания развивается с развитием каждого ее сотрудника. Это внутренняя синергия, без которой Сигмы не существовало. Мы можем с полной уверенностью сказать, что людям, которые стремятся отсидеться в компании, будет неуютно. Здесь такое количество проектов и такой темп работы, что твоя деятельность просто не может остаться незамеченной. Зато мы готовы предложить тебе нетривиальные профессиональные задачи, благодаря которым ты сможешь развивать свои навыки и вряд ли соскучишься. Для Сигмы важным аспектом является система обучения, ведь на старом багаже долго не протянешь, и за старые заслуги до пенсии досидеть не удастся. Виды обучения, доступные в компании Сигма: самообучение, семинары и конференции, тренинги, образовательные программы.

ЭПИЛО



Г

Если ты считаешь, что какие-то процессы могут работать в нашей компании лучше, чем описано в этой брошюре, ты знаешь, что и как нужно изменить, значит, наш труд был не напрасен, и ты сможешь улучшить жизнь i-Free. Вполне возможно, новая страница компании начнется именно с тебя.





ЖИЗНЬ в
Сигме
СЛОВАРЬ

ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ



Агент торговый (Trade agent) – лицо, работающее на компанию, в задачу которого входит обслуживание, сбор информации, поиск, разведка и распространение позитивной информации о компании.

Анализ – SWOT (SWOT-analysis) – метод определения сильных (strengths) и слабых (weaknesses) сторон позиции компании, а также возможностей (opportunities) и угроз (threats) для нее со стороны внешней среды. На практике SWOT- анализ часто составляется для отдельного рынка и для каждого ведущего конкурента. Этот анализ дает ответы на два основных вопроса: 1. где находится организация в данный момент и 2. в каком направлении она должна двигаться дальше.

Анализ маркетинговый (Market analysis) – оценка рыночных возможностей компании, других факторов, так или иначе, связанных с рынком, включая оценку внутренней микро и макросреды. Всего того, что может ее заинтересовать в отношении тактики и стратегии конкурентного поведения на рынке.

Ассортимент (Assortment, range) – состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам. Различается шириной (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

Ассортимент товарный (Product line) – группа товаров в определенной товарной категории (продуктовой линии).

Аудитория целевая (ЦА) (Target audience) – аудитория, на которую направлены маркетинговые послания. ЦА определяется по социально-демографическим характеристикам: пол, возраст, образование, доход, а иногда по психографическим: покупательские предпочтения, стиль жизни и т.д.

База данных (Б.д.) (Database) – организованная совокупность данных о рыночных сегментах, предназначенная для их хранения, накопления и обработки. Б.д. содержат имена, адреса, номера телефонов, адреса электронной почты, а также социально-демографические сведения.

Биллборд (billboard) или Баннер (Banner) – рекламный носитель или средство наружной рекламы, на котором изображаются сообщения (щит, панель).

Бренд (Brand) – знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой. Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания

Вопрос закрытый (Close question) – тип вопросов, которые ограничивают выражения личного мнения, на который можно ответить только «да» или «нет».

Вопрос открытый (Open question) – тип вопросов, которые дают респондентам возможность самим сформулировать свой ответ, не требуя от них, в отличие от закрытых вопросов, выбора какого-либо готового варианта ответа.

Демаркетинг (Demarketing) – тип маркетинговой практики, в задачу которого входит отвлечение от покупки или потребления какого-либо продукта, например, сигарет, пива. Демаркетинг также применяется в тех случаях, когда были выявлены дефекты какого-либо продукта. Производители этого продукта не хотят рисковать своей репутацией.

Демпинг (Dumping) – продажа товаров компанией на рынке по преднамеренно заниженным, «бросовым» ценам, равной их себестоимости с целью вытеснения конкурентов и закрепления своей позиции на конкретном рынке (обычно на внешнем).

ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ



Диверсификация (Diversification) – стратегия выхода компании на новые рынки с новыми товарами, достигаемая благодаря видоизменению производства с целью развития бизнеса и повышения гарантий получения прибыли.

Дистрибутор (Distribution – распределение) – торговый посредник, оптовые, розничные торговцы, принимающие на себя право собственности на товар, осуществляющие свою деятельность по договору с фирмой–производителем по продаже продукции на определенной территории и на определенный срок.

Доверие (Credibility) – степень уверенности получателя информации в том, что ее источник правдив или достоверен.

Жизненный цикл (life cycle) – ряд состояний, через которые проходит компания или продукция с течением времени и связанные с этим перемены.

Заключение сделки (Closing stage) – этап процесса личной продажи, который включает в себя получение от потенциального покупателя обязательства совершить покупку.

Канал распределения (Distribution channel) – маршрут движения товара от производителя к потребителю.

Канал сбыта (Sales channel) – цепь компаний, участвующих в покупке продаже товаров по мере их продвижения от производителя к потребителю. Включает производителя, посредников в лице оптовых и розничных продавцов, потребителей.

Кейс-история (case history) – представляет собой рассказ, содержащий положительную оценку потребителями известных марок компании или же положительный опыт разрешения проблемных рыночных ситуаций.

Кейс-метод (Case) – техника обучения, использующая описание реальных экономических и социальных ситуаций. Обучающиеся должны проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Различают полевые ситуации, основанные на реальном фактическом материале, и кресельные (вымышленные) кейсы.

Клиент (Client) – частное лицо, компания или организация, получающие профессиональные услуги от другой компании, организации или частного лица.

Ключевые клиенты (Key customers) – наиболее привлекательные клиенты с точки зрения будущего развития компании. В маркетинге партнерских отношений ключевые клиенты рассматриваются как инвестиции в будущее.

Коммуникация (Communication) – процесс передачи сообщения или донесения информации

Конкуренты (Competitors) – рыночные субъекты, осуществляющие свою деятельность в одном рыночном пространстве.

Концепция (Concept) – система взглядов, то или иное понимание событий, явлений, процессов, основная идея.

Коучинг (Coaching) – метод непосредственного обучения сотрудника консультантом, тренером в форме индивидуального наставничества, тренинга.

Лидер рынка (Market leader) – компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса. Это обеспечивается самыми низкими издержками и самыми высокими долговременными прибылями, что позволяет им максимально снижать цены.

Логотип (Logo) – символ торговой марки, например, знак, уникальная эмблема, картинка, цветовая комбинация или иное графическое специальное представление названия компании или продукта, которая не может быть произнесена. При первом употреблении в тексте обозначается значком ®.

Лояльность (Loyalty) – характеристика отношения потребителя к марке, бренду, приверженность, характеризующаяся удовлетворенностью потребления данной продукции и вероятностью повторной покупки.

ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ



Менеджмент (management) – совокупность принципов, методов, средств и форм управления организацией с целью достижения наивысшей эффективности ее функционирования.

Мерчандайзинг (Merchandising) – вид маркетинга розничной торговой сети. Включает: оформление торговых прилавков, витрин, размещение товаров в торговом зале, представление сведений о товаре. Цель – улучшение организации сбыта определенных товаров. Этот вид маркетинга используется больше для привлечения покупателей в магазин, чем для продвижения самого продукта.

Место или распределение (Placement) – местонахождение товара или услуги в нужном месте в нужное время с целью удовлетворения потребностей потребителя.

Презентация (Presentation) – один из этапов процесса продажи, при котором продавец или торговый агент демонстрирует преимущества предлагаемых товаров, доказывая необходимость их приобретения.

РОП – Руководитель Отдела Продаж.

Рынок (Market) – территория, на которой встречаются продавцы и покупатели, чтобы обменяться тем, что представляет ценность (стоимость). В более общем плане – это экономические отношения между продавцами и покупателями по поводу обмена между ними товаров и услуг, в результате которого формируется спрос, предложение и цена. Состоит из потребителей, поставщиков, каналов распределения, механизмов установления цен и осуществления обмена (сделок).

Сегмент рынка (Market segment) – это крупная, четко определенная группа покупателей внутри рынка со сходными потребностями и характеристиками, отличными от других групп целевого рынка.

Слоган (Slogan) – лозунг, призыв, девиз, используемый в виде заголовка рекламного текста в форме краткой, динамичной, эмоционально заряженной фразы. Как правило, он выражает основные идеи рекламной обращения и состоит не более чем из 6-8 слов.

Стратегия (Strategy) – план решения задач или достижения поставленных целей.

Супервайзер [англ. supervise – наблюдать, контролировать, supervisor – наблюдатель, куратор, начальник, наставник] – супервайзеры используются в торговых компаниях, где их основной функцией является контроль работы торговых агентов.

Товарные запасы (Stock) – запасы готовой продукции у предприятий-изготовителей; предприятий оптовой и розничной торговли, а также запасы, которые транспортируются.

Товары постоянного спроса (FMCG, Fast-moving consumer goods) – товары потребительского рынка, которые быстро раскупаются в розничной торговле, запасы которых должны постоянно пополняться.

Целевая аудитория (target audience) – аудитория, на которую нацелен отправитель информации.

Чек-листы (Check lists) – специально организованный документ, включающий ряд вопросов и положений, позволяющих проводить аудит различной деятельности.

Презентация (Presentation) – один из этапов процесса продажи, при котором продавец или торговый агент демонстрирует преимущества предлагаемых товаров, доказывая необходимость их приобретения

ТОЛКОВЫЙ СЛОВАРЬ



SKU – от английского Stock Keeping Unit (идентификатор товарной позиции) – единица учёта запасов. Для чего существует термин SKU? – Прежде всего, для постановки задач и оценки их выполнения. По количеству SKU в торговой точке проще рассчитать дистрибуцию.

Фейсинг- это количество повторений ваших SKU в выкладке.

HoReCa [аббревиатура по первым буквам слов Hotel-Restaurant-Cafe] — обозначение сферы/каналов, связанных с гостиничным и ресторанным бизнесом. Аналогичная аббревиатура, использующая русские названия, звучит как КаБаРе (кафе, бары, рестораны).

Out-of-stock – ...это когда на носу праздники или сезон, а вы делали заявку и не включили голову, или когда просто кто то там пришёл и тупо всё разом забрал, и к следующему вашему визиту в магазине организовалась “дырка” по данной позиции.

Overstock- Ситуация обратная out-of-stock, проще говоря перетаривание точки. Дело надо сказать хреновое. Тут и проблемы с проплатами, и ощущение у продавцов что товар стоит...

Аббревиатуры отделов «ГК Сигма»

СХ – Складское Хозяйство

ТЭО – Транспортно-Экспедиционный Отдел

ОСОП – Отдел Сервисного Обслуживания Покупателей

ОЗ – Отдел Закупки

ОУ – Отдел Учета

КРО – Контрольно-Ревизионный Отдел

СБ – Служба Безопасности

ОК – Отдел Кадров

ОП – Отдел Продаж