

***Colgate***<sup>®</sup>

A 3D rendering of the Colgate logo. The word "Colgate" is written in its signature white, italicized, serif font with a registered trademark symbol (®) at the end. The text is set against a bright red, rectangular block that has a slight perspective, making it look like a sign or a product label. The block is positioned on a light gray surface against a dark red background.

# Содержание ревью супервайзеров 2019

## 1. Структура

- Структура территории (общие ГЕО продажи 2019, доли Direct/Indirect IKA/DSF/nonDSF/Whs)
- Структура выделенной команды (если применимо)

## 2. Ключевые показатели команды 2018 vs 2017 (коротко); 2018 vs 2019 YTD:

- Продажи DSF (YTD рост/падение) в сравнении с Area / CDT / Total Russia (только DSF продажи!)
- Активная база (среднее кол-во в месяц, в разрезе YTD в сравнении с Area / CDT)
- Среднее кол-во SKU на ТТ **в месяц** (YTD в сравнении с Area / CDT)
- Среднее кол-во визитов в день и выполнение маршрутного плана в % (данные последнего обзора) в сравнении с Area / CDT / Total Russia
- TOP 10 Ключевых клиентов в покрытии ВТП (SOB; продажи; кол-во ТТ, кол-во SKU, GTN, (всё YTD) + план развития по каждому клиенту)
- Клиенты супервайзера/КАЕ (SOB; продажи; кол-во ТТ, кол-во SKU, GTN, (всё YTD) + план развития по каждому клиенту)

## 3. Scorecard DSF:

- Продуктивность DSF (средний % выполняющих KPI в зоне ответственности в разрезе YTD и в сравнении с Area / CDT / Total Russia )
- Области для улучшения по команде в целом и каждому ВТП + план развития
- Рейтинг SV
- Средний рейтинг ТП } (с обзором оценки PAF 2018 + промежуточная оценка PAF

## 4. Дистрибуция: 2019)

- Суммарная взвешенная дистрибуция фокусных категорий (с обзором оценки PAF 2018 + промежуточная оценка PAF 2019)
- Запуск новинок 2018-2019 (WD – уровень выполнения целей)
- nonDSF программа «TOP 27 SKU» (если есть в зоне ответственности)

## 5. Полевая активность

- Полевое обучение/аудиты (с обзором оценки PAF 2018 + промежуточная оценка PAF 2019)

## 6. Оценка PAF 2018 - 2019 (итог 2018 с учётом оценок по всем задачам + промежуточная оценка PAF 2019)

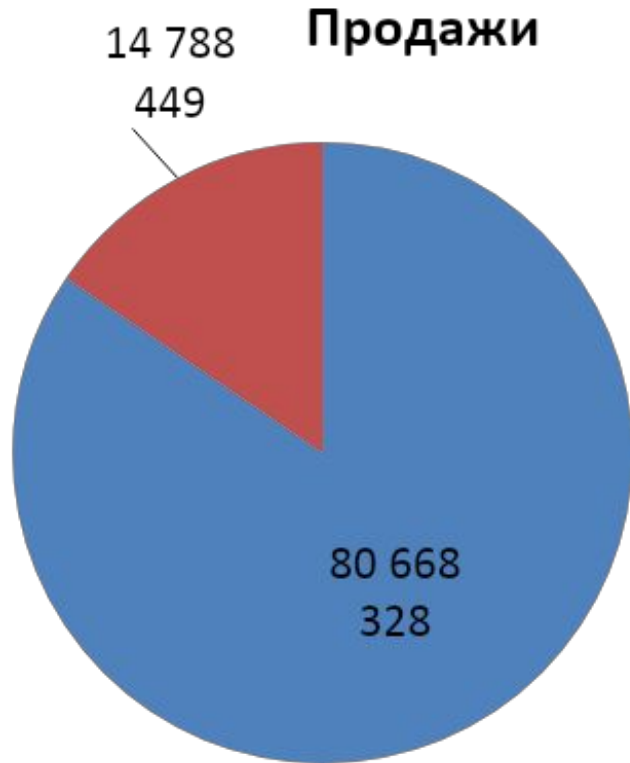
## 7. Проект «Прыжок» (результаты: кол-во новых клиентов; продажи; среднее SKU; цели; ожидания)

## 8. Лучшая практика 2018 – 2019 (при наличии, с расчётом эффективности (ROI) если применимо)

## 9. Продолжить фразу: «Три ключевых момента, над которыми я буду работать в следующем году -

это:.....»

# Гео продажи 2019



Доля  
Direct 84.51%  
Indirect 15.49

■ Direct  
■ Indirect

Доля DSF в Indirect  
DSF 93.02%  
nonDSF 6.98%

# Структура выделенной команды.



# Ярославская область

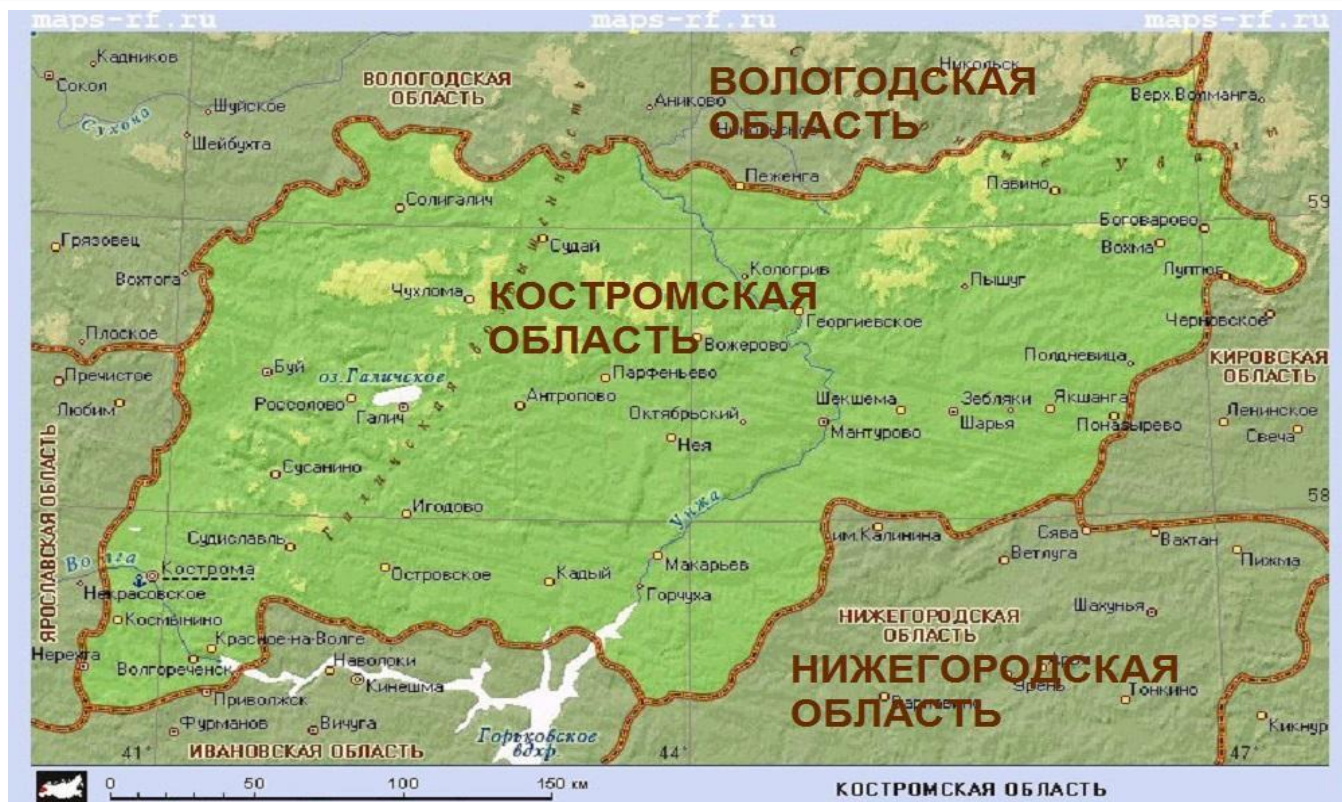


Численность  
населения на  
1 января 2019  
1 259 612 чел.

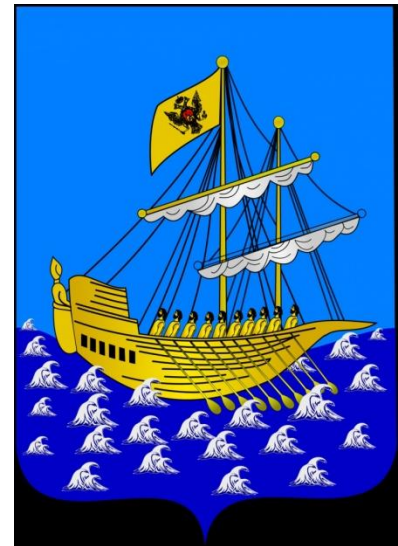




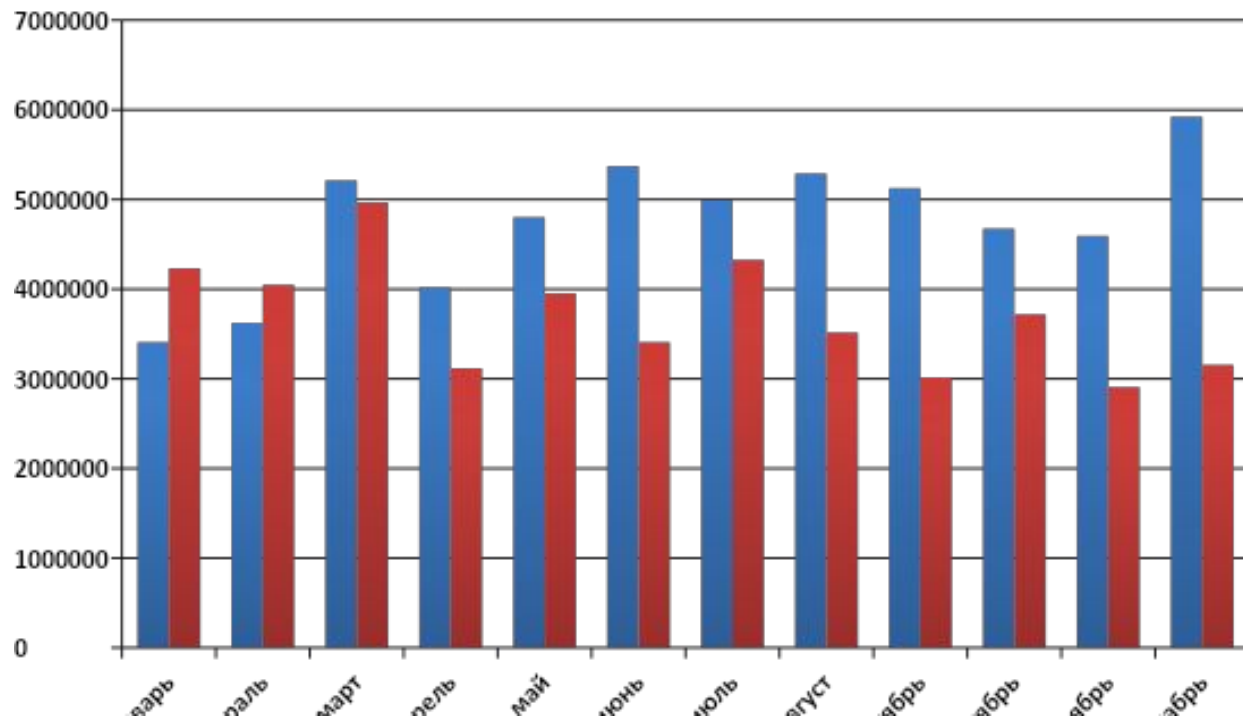
# Ярославская область



**Численность населения на 1 января 2019 637 267 чел.**



# Ключевые показатели команды 2018 vs 2017 YTD:



Продажи

DSF -18%

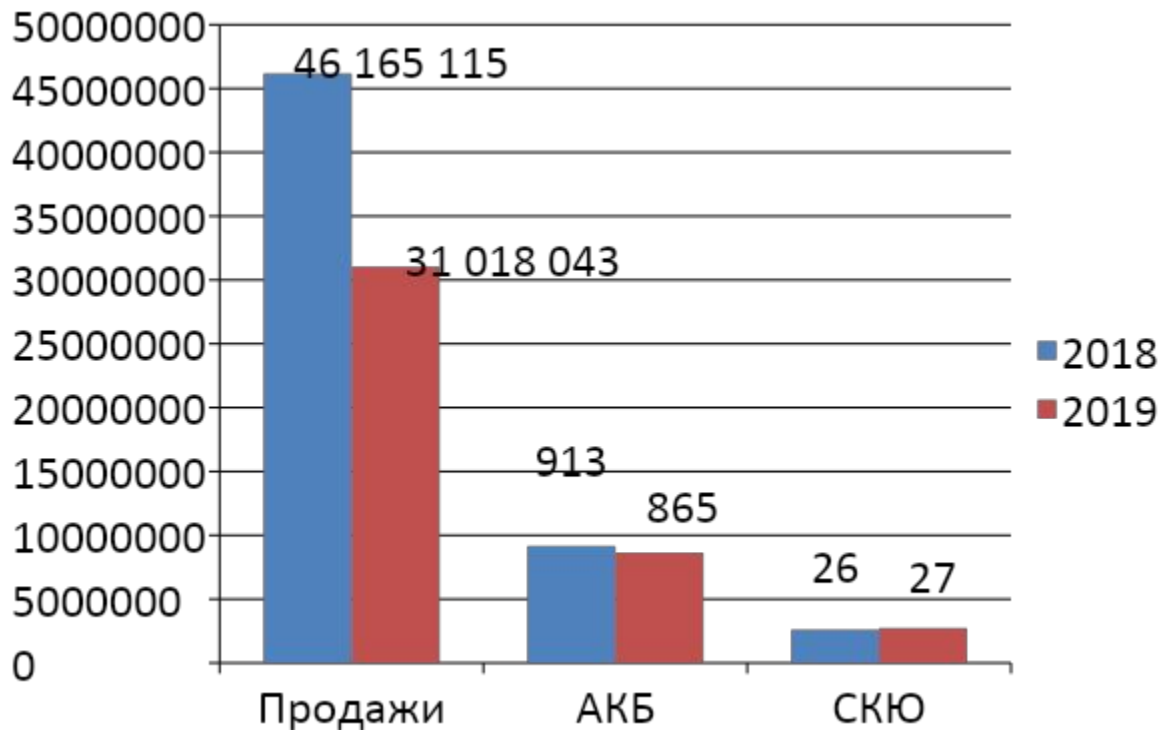
АКБ

DSF +4%

SKU

DSF +7%

# Продажи DSF, Активная база, Среднее кол-во SKU на ТТ в месяц (YTD) 2019 vs 2018



Продажи	
Area	-4%
CDT	-26%
DSF	-32%
АКБ	
Area	-17%
CDT	-13 %
DSF	-5%
СКЮ	
Area	0.27%
CDT	-4.11%
DSF	+3%



# ТОР 10 Ключевых клиентов в покрытии ВТП

Сети	Продажи		%	SOB		%	кол-во ТТ		%	Sku		%	GTN		%
	2018	2019		2018	2019		2018	2019		2018	2019		2018	2019	
Атрус	576 088,64р.	1 956 059,57р.	<b>239,5%</b>	1,4%	6,1%	<b>326,0%</b>	19	19	<b>0,0%</b>	138	141	<b>2,2%</b>	36,97%	13,27%	<b>-64,1%</b>
Гулливер-Кострома	1 235 144,74р.	1 131 973,49р.	<b>-8,4%</b>	3,1%	3,5%	<b>15,0%</b>	11	11	<b>0,0%</b>	68	60	<b>-11,8%</b>	20,25%	21,12%	<b>4,3%</b>
Десяточка Кострома	19 754 887,65р.	19 278 402,54р.	<b>-2,4%</b>	48,8%	59,8%	<b>22,4%</b>	63	63	<b>0,0%</b>	111	118	<b>6,3%</b>	26,70%	22,41%	<b>-16,1%</b>
Дом Еды	1 140 033,90р.	992 088,17р.	<b>-13,0%</b>	2,8%	3,1%	<b>9,2%</b>	30	28	<b>-6,7%</b>	63	68	<b>7,9%</b>	0,00%	0,00%	<b>0,0%</b>
Дружба - Рыбинск	3 190 986,21р.	2 447 854,69р.	<b>-23,3%</b>	7,9%	7,6%	<b>-3,8%</b>	23	23	<b>0,0%</b>	72	82	<b>13,9%</b>	14,10%	24,65%	<b>74,8%</b>
ИП Беляков	2 866 519,91р.	162 738,30р.	<b>-94,3%</b>	7,1%	0,5%	<b>-92,9%</b>	4	4	<b>0,0%</b>	143	115	<b>-19,6%</b>	23,02%	14,20%	<b>-38,3%</b>
Лидер	513 383,70р.	602 754,95р.	<b>17,4%</b>	1,3%	1,9%	<b>47,3%</b>	3	3	<b>0,0%</b>	123	130	<b>5,7%</b>	16,62%	17,49%	<b>5,2%</b>
Лотос-М	1 330 163,44р.	823 418,09р.	<b>-38,1%</b>	3,3%	2,6%	<b>-22,3%</b>	7	7	<b>0,0%</b>	136	136	<b>0,0%</b>	16,73%	11,71%	<b>-30,0%</b>
Мировой	2 063 095,92р.	785 852,28р.	<b>-61,9%</b>	5,1%	2,4%	<b>-52,2%</b>	5	0	<b>-100,0%</b>	133	0	<b>-100,0%</b>	31,55%	17,13%	<b>-45,7%</b>
Молодежный	40 992,59р.	9 315,96р.	<b>-77,3%</b>	0,1%	0,0%	<b>-71,5%</b>	11	11	<b>0,0%</b>	57	57	<b>0,0%</b>	0,00%	0,00%	<b>0,0%</b>

# План развития

- Атрус. листинг новинок, увеличить количество SKU в формате nds, перевести со сливов на стабильную работу от ИП Пеплов.
- Гулливер. листинг новинок, согласовать матрицу согласно mast формата NDS, увеличить долю полки
- Десяточка . листинг новинок, согласовать доли до уровня 2017года , паты 45% щетки 55%, согласовать размещение доп оборудования в прикассовой зоне.
- Дом еды . Франшиза Десяточки , согласовать матрицу , согласовать условия сотрудничества на 2020 год.
- Дружба. Ввод новинок on top, согласовать увеличение доли в пастах и щетках в формате Ф3, Ф4
- Беляков. Собственная сеть ИП Акиничев, согласовать отгрузку с минимальной наценкой от ИП Пеплов
- Лидер. Договориться о расширении доли в пастах в двух ТТ до 45%, договориться об установке ДМП в прикассовой зоне.
- Лотос. Согласовать минимальную входную цену с дистрибьютором ООО РосМед, предложить клиенту условия для сетей на развитие тем самым переключить на стабильную работу от дистрибьютора.
- Мировой. Сеть закрыта
- Молодежный. Сеть под закрытие , сохранить условия 2019 года на 2020

# Scorecard DSF 2019: Продуктивность DSF

НС	Город	ФИО ВТП	Тип ВТП	Грейд 2019-2020	Показатель 2. Тестирование	Показатель 3. Выполнение плана по продажам	Показатель 4. Выполнение KPI по продажам на 1 ТП (Цены СР без НДС)	Показатель 5. Выполнение KPI по количеству активных клиентов	Показатель 6. Выполнение Национальной задачи	Показатель 7. Выполнение Персональной задачи	Баллы	Include index
						Среднее значение за 2Q	Среднее значение за последние 4 мес	Среднее значение за последние 4 мес	Среднее значение за последние 4 мес	Среднее значение за последние 4 мес		
1	Ярославль	Атакишиева Светлана Валерьевна	PH	<b>S1</b>	2	98%	<b>82%</b>	110%	100%	106%	<b>90</b>	<i>Include</i>
1	Кострома	Антонян Алла Вазгеновна	MIX	<b>S1</b>	2	101%	211%	<b>74%</b>	<b>94%</b>	108%	<b>89</b>	<i>Include</i>

# Продуктивность DSF 2019

- Атакишиева Светлана - передать часть малообъемных фарм клиентов, Линейным ТП , тем самым освободить время для более качественного развития города Рыбинск , Где в данный момент нет дистрибьютора
- Антонян Алла – увеличить базу активных клиентов за счет программы Прыжок ( порядка 80 ТТ)  
Согласовать с дистрибьютором дополнительный контракт с непересекающимся ассортиментом , для увеличения средней суммы накладной минимальный порог установленный дистрибьютором 1500 .

# Рейтинг SV 2018/2019

SV	НС	Порог эффективности	Коэффициент роста (КР)	Кол-во баллов с учетом КР	Сеть	Контроль работы мерчендайзеров (outsourcing)	Итоговое кол-во баллов (Сентябрь '18)	Итоговое кол-во баллов (Октябрь '18)	Итоговое кол-во баллов (Ноябрь '18)	Итоговое кол-во баллов (Декабрь '18)	PAF оценка (индивидуальный средний рейтинг)	Средний рейтинг ВТП 2018	PAF оценка 2018
Ветров Евгений	4	400	0,88	369	160	30	675	566	559	573	633	98	НР
SV	НС	Порог эффективности	Коэффициент роста (КР)	Кол-во баллов с учетом КР	Сеть	Контроль работы мерчендайзеров (outsourcing)	Итоговое кол-во баллов (Июнь '19)	Итоговое кол-во баллов (Июль '19)	Итоговое кол-во баллов (Август '19)	Итоговое кол-во баллов (Сентябрь '19)	PAF оценка (индивидуальный средний рейтинг)	Средний рейтинг ВТП 2019	PAF оценка 2019
Ветров Евгений	3	400	1,03	238	140	30	399	423	456	408	483	78	МР

# Дистрибьюция: Суммарная взвешенная дистрибьюция фокусных категорий

Взвешенный ассортимент WA (суммарная дистрибуция (WD) / 100) по SKU по категориям: Зубные пасты, Зубные щетки, Гели для душа

DSF only

RE: HM, C&C, SM, NDS, PF MT, PF TT, PF LUX, PH MT, PH TT, Mixed Food

Период: квартал (90 дней)

Вес цели: 40%

Результат: прирост средней WA по кварталам Q2, Q3, Q4 2019 по сравнению с WA за Q4 2018 (в табл ниже)

<b>Оценка</b>	<b>HP</b>	<b>VP</b>	<b>SP</b>	<b>MP</b>	<b>LP</b>
	>1				
<b>WA прирост</b>	0р	5 - 9,99 рр	0 - 4,99 рр	(-1) - 0 рр	< (-1) рр
	р				

2018Q4 Supervisor	2018Q4 Supervisor	Target				Actual					Evaluation
		SubCat			Grand Total	2019Q1	2019Q2	2019Q3	2019Q4	Average	
TP	TB	SG	2019Q1	2019Q2							2019Q3
Ветров Евгений	Супервайзер Ярославль	19,6	10,8	10,6	41,0	35,7	30,8	36,4		33,6	LP





# Запуск новинок 2018

#	НАИМЕНОВАНИЕ ПРОДУКТА	ОБЪЕМ	Time range WD	Target WD for DSF	
<b>2018 год</b>					Выполнение в процентах
1	COLGATE Отбеливающая Plus, жесткая		Февраль-Март	60	103%
2	Промоупаковка COLGATE "Отбеливающая Plus" 1+1 в подарок жесткая		Февраль-Март	80	87%
3	COLGATE "Безопасное отбеливание"	75 мл	Июль-Август	75	104%
4	COLGATE "Безопасное отбеливание" Забота о деснах	75 мл	Июль-Август	60	104%
5	COLGATE "Безопасное отбеливание" мягкая		Июль-Август	60	
6	COLGATE "Древние секреты" Укрепление Эмали	75 мл	Июнь-Июль	50	98%
7	PALMOLIVE MEN "Эффект Бани" (Глубокое Очищение) 2 в 1	250 мл	Июль-Август	40	103%
8	PALMOLIVE MEN "Эффект Бани" (Согревающий) 2 в 1	250 мл	Июль-Август	40	104%
9	COLGATE "Безопасное отбеливание"	250 мл	Ноябрь-Декабрь	30	

# Запуск новинок 2019

#	НАИМЕНОВАНИЕ ПРОДУКТА	ОБЪЕМ	Time range WD	Target WD for DSF	Выполнение в процентах
<b>2019 год</b>					
1	PALMOLIVE "Мицеллярный Уход" с мицеллярной водой и экстрактом хлопка	250 мл	Февраль-Март	55	100%
2	PALMOLIVE "Мицеллярный Уход" с мицеллярной водой и экстрактом льна	250 мл	Февраль-Март	50	100%
3	PALMOLIVE "Мицеллярный Уход" с мицеллярной водой и экстрактом розы	250 мл	Февраль-Март	40	70%
4	PALMOLIVE "Мицеллярный Уход" с нежным ароматом хлопка	90 г	Февраль-Март	55	100%
5	COLGATE "Шелковые нити Ультра", ультрамягкая		Февраль-Март	45	60%
6	COLGATE "Тройное действие" Экстра Отбеливание	100 мл	Июнь-Июль	40	100%
7	COLGATE "Тройное Действие"	500 мл	Июнь-Июль	30	
8	PALMOLIVE MEN "Эффект Бани" (Глубокое Очищение) 2 в 1	750 мл	Июнь-Июль	40	
9	COLGATE «Безопасное Отбеливание Природный Уголь»	75 мл	Июль-Август	55	100%
10	LADY SPEED STICK Derma Омега 3	40 г	Июль-Август	40	60%
11	MENNEN SPEED STICK COOL Свобода	140 мл	Июль-Август	25	
12	MENNEN SPEED STICK COOL Свобода	140 мл	Июль-Август	20	
13	Palmolive Натурэль "Витамин С и Апельсин"	250 мл	Октябрь-Ноябрь	40	
14	Palmolive Натурэль "Витамин В и Гранат"	250 мл	Октябрь-Ноябрь	35	
15	COLGATE «Зиг-Заг» с Древесным углем 2+1 средней жесткости		Октябрь-Ноябрь	55	
16	PALMOLIVE «Роскошь масел с маслом Макадамии и экстрактом Пиона»	750 мл	Ноябрь-Декабрь	35	
17	COLGATE «Шелковые Нити Ультра» (2 шт. - 50% на вторую)		Ноябрь-Декабрь	15	
18	COLGATE «Pro-Clinical»		Декабрь-Январь	15	
19	COLGATE «360 Древесный уголь» (2 шт. - 50% на вторую)		Декабрь-Январь	15	

# Полевая активность

	июнь			июль			август			сентябрь			октябрь			РАФ - оценка
NameRus	аудит	ПО	Оценка	аудит	ПО	Оценка	аудит	ПО	Оценка	аудит	ПО	Оценка	аудит	ПО	Оценка	текущий рез-т
Ветров Евгений	27	5	MP	37	4	MP	26	4	MP	24	3	MP	9	0	LP	MP

# Промежуточная оценка PAF 2019

Задачи	Вес в %	Итоговая оценка PAF 2018
Обеспечить рост суммарной дистрибуции для фокусных категорий: TP, TB, SG внутри зоны ответственности в следующих RE: HM, SM, NDS, C&C, PF MT, PF Lux, PF TT, Mixed Food)	40%	MP
DSF "Scorecard DSF" Персональный рейтинг супервайзера и средний рейтинг всех торговых представителей в зоне ответственности	40%	HP
Реализация стратегии «5P» в торговых точках в зоне ответственности, посредством «полевой» активности (аудит, Полевое обучение) с использованием PDA «Omobus»	20%	MP
<b>Итого:</b>	<b>100%</b>	<b>MP</b>

Задачи	Вес в %	Промежуточная оценка PAF 2019
Обеспечить рост суммарной дистрибуции для фокусных категорий: TP, TB, SG внутри зоны ответственности в следующих RE: HM, SM, NDS, C&C, PF MT, PF Lux, PF TT, Mixed Food)	40%	LP
DSF "Scorecard DSF" Персональный рейтинг супервайзера и средний рейтинг всех торговых представителей в зоне ответственности	40%	MP
Реализация стратегии «5P» в торговых точках в зоне ответственности, посредством «полевой» активности (аудит, Полевое обучение) с использованием PDA «Omobus»	20%	MP
<b>Итого:</b>	<b>100%</b>	<b>MP</b>

# Три ключевых момента, над которыми я буду работать в этом году

- 1. Увеличение активной клиентской базы, посредством программы «Прыжок».
- 2. Укомплектовать команду, вывести команду на качественные показатели согласно KPI компании.
- 3. Качественная дистрибуция, максимальная представленность.

***Спасибо за  
внимание.***