Функционал Территориального Менеджера

КО «Славянка»

Цели ТМ и действующий KPI

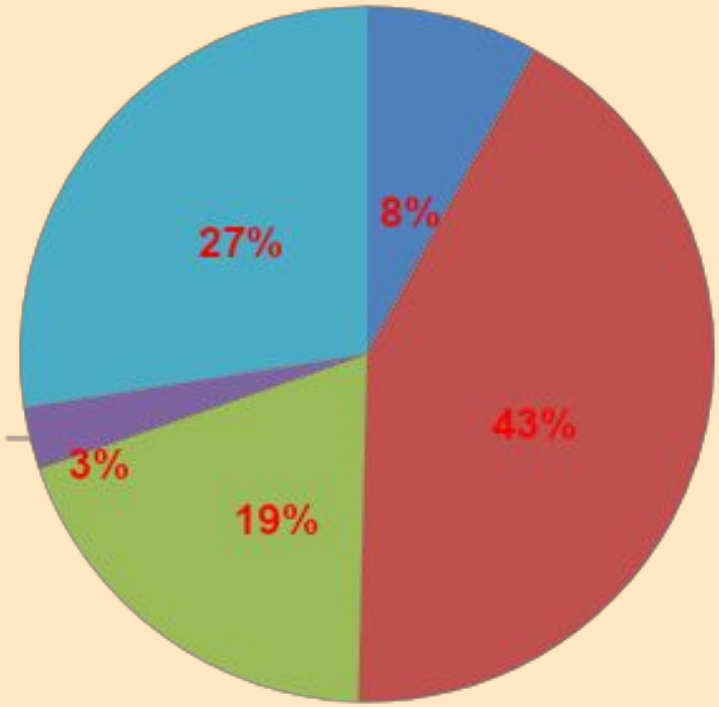
Ключевые цели территориального менеджера:

- Увеличение продаж во всех каналах сбыта.
- Обеспечение дистрибуции Must -14.
- Обеспечение видимости ассортимента на полках торговых точек.

Действующий функционал ТМ не позволяет менеджеру фокусироваться на его цели

Текущие временные затраты ТМ на выполнение всех, возложенных на него функциональных задач составляют 42.7-53.8 часов в неделю в зависимости от региона.

Временные затраты в неделю



	Функционал	Часов в неделю
1	Sell-out	22
2	Администрирование	14
3	Сети	10
4	Sell-in	4
5	Бюджеты ФОТ и ФРП	2

Распределение функционала по регионам

			Урал	Москва	Санкт-Петербург	Черноземье	Восточная Сибирь	ЮГ	Дальний Восток	Среднее значение по 7 регионам
№		Функционал ТМ	Часов в неделю	Часов в неделю	Часов в неделю	Часов в неделю	Часов в неделю	Часов в неделю	Часов в неделю	Часов в неделю
1	Управление продажами в адрес дистрибьютора (IN)	Личное взаимодействие ТМа с закупщиком дистрибьютора, по вопросу поддержания МТА и выполнения плана IN	1,7	2	0,5	2	2	1,7	2	1,7
2		Взаимодействие со смежными службами КО "Славянка" с целью максимального обеспечения потребности партнёра в ассортименте и решение вопросов связанных с логистикой.	2,5	2,5	0,5	2	2	2,5	1	1,9
3	Управление вторичными продажами дистрибьютора (OUT)	Постановка и контроль выполнения KPI задач	2	2	1	2	2	1,5	3,6	2,0
4		Дегустации, тренинги, аудиты, совместные визиты ЭТП, ФТП и общий прайс во всех каналах сбыта	16	14	12	18	16	16	15	15,3
5		Проведение еженедельных собраний с ЭТП	1,5	2	2	2	1,5	2	1,5	1,8
6		Контроль ОПТовых отгрузок дистрибьютора	2,5	2,5	0,5	1,5	2,5	2	2,5	2,0
7	Управление бюджетами	Управление бюджетом ФОТ	0,5	0,5	0,4	1	1	0,5	0,5	0,6
8		Управление бюджетом ФРП	1	0,5	0,4	2	1	1	1	1,0
9	Работа с федеральными	Аудит федеральных и локальных сетей	8	9	16	4	7	6	3,5	7,6
10		Листинг, согласование промо и мерчендайзинг	2	4	0,5	2	2	2	1	1,9
11	Еженедельное администрирование	Отчёт WR	0,3	0,3	0,3	1	0,5	0,25	0,5	0,4
12		Аналитическая записка	4	4	0,3	3	3	2	2	2,6
13		Календарь работы	0,5	0,5	0,3	0,5	1	0,5	0,5	0,5
14		Оформление отчёта на основании аудита федеральных сетей	3	3	0,5	1	3	3	0,5	2,0
15		Обязательная отчётность по итогу полевой работы	1	1,5	0,5	1	1	1	1	1,0
16	Ежемесячное администрирование	Ежемесячный мониторинг цен (сети и РТТ)	3	3	1	6	3	4	8	4,0
17		Отчёт ПРТ	0,5	0,5	0	2	0,5	0,5	0,5	0,6
18	Внеплановая отчётность	По запросу РКМ и РДМ	2	2	6	2	2	2	2,5	2,6
Итого в неделю			51,9	53,8	42,7	53	51	48,4	47,1	49,7

Временные затраты в неделю

	Функционал	Содержание	час	доля
1	Управление продажами в адрес дистрибьютора (IN)	Личное взаимодействие ТМа с закупщиком дистрибьютора, по вопросу поддержания МТА и выполнения плана	1,67	3%
		Взаимодействие со смежными службами КО "Славянка" с целью максимального обеспечения потребности партнёра в ассортименте и решение вопросов связанных с логистикой.	2,5	5%
2	Управление вторичными продажами дистрибьютора (OUT)	Постановка и контроль выполнения KPI задач	2	4%
		Дегустации, тренинги, аудиты, совместные визиты ЭТП, ФТП и общий прайс во всех каналах сбыта	16	31%
		Проведение еженедельных собраний с ЭТП	1,5	3%
		Контроль ОПТовых отгрузок дистрибьютора	2,5	5%
3	Управление бюджетами ФОТ и ФРП	Управление бюджетом ФОТ	0,5	1%
		Управление бюджетом ФРП	1	2%
4	Работа с федеральными сетями и сетями С3 и С4	Аудит федеральных и локальных сетей	8	15%
		Листинг, согласование промо и мерчендайзинг	2	4%
5	Еженедельное администрирование	Отчёт WR	0,25	0%
		Аналитическая записка	4	8%
		Календарь работы	0,5	1%
		Оформление отчёта на основании аудита федеральных сетей	3	6%
		Обязательная отчётность по итогу полевой работы	1	2%
6	Ежемесячное администрирование	Ежемесячный мониторинг цен (сети и РТТ)	3	6%
		Отчёт ПРТ	0,5	1%
7	Внеплановая отчётность	По запросу РКМ и РДМ	2	4%
		ИТОГО	52	

Что мы предлагаем делать по другому

№		Функционал ТМ	Среднее значение по 7 регионам	Новое предложение	Комментарии
1	Обеспечение необходимого товарного запаса (IN)	Взаимодействие ТМа с закупщиком дистра, МТА и план IN.	1,7	1,0	ТМ предоставляет заказ от дистра, РДМ обеспечивает 100% отгрузку.
2		Взаимодействие с фабрикой с целью обеспечения дистра в ассортименте и решение вопросов по логистике	1,9	1,5	
3	Продажи через дистрибьюторский канал(розница,опт)	Постановка и контроль выполнения KPI задач	2,0	2,0	
4		Дегустации, тренинги, аудиты, совместные визиты ЭТП, ФТП и общий прайс во всех каналах сбыта	15,3	16,0	
5		Проведение еженедельных собраний с ЭТП	1,8	1,8	
6		Контроль Оптовых отгрузок дистрибьютора	2,0	1,0	Утверждение ценовой модели в опте в начале месяца.
7	Контроль достигнутых договоренностей, сети С1-С4;	Аудит федеральных и локальных сетей	7,6	7,0	Использование КПК.
8		Листинг, согласование промо и мерчендайзинг	1,9	2,0	
9	Управление бюджетами	Управление бюджетом ФОТ	0,6	0,5	
10		Управление бюджетом ФРП	1,0	1,0	
11	Еженедельное администрирование	Отчёт WR	0,4	0,3	
12		Аналитическая записка	2,6	1,5	Должно быть автоматизировано.
13		Календарь работы	0,5	0,5	
14		Оформление отчёта на основании аудита федеральных сетей	2,0	0,5	В полях через КПК.
15		Обязательная отчётность по итогу полевой работы	1,0	1,0	
16	Ежемесячное администрирование	Ежемесячный мониторинг цен (сети и РТТ)	4,0	1,0	Никто не смог объяснить.
17		Отчёт ПРТ	0,6	0,5	
18	Внеплановая отчётность	По запросу РКМ и РДМ	2,6	2,0	Требуется автоматизация отчетов.
Итого, часов в неделю			49,7	41,1	

Временные затраты ТМ на выполнение всех, возложенных на него функциональных задач составят 42 часа в неделю.

	Функционал	Часов в неделю
1	Sell-out	21
2	Администрирование	7
3	Сети	9
4	Sell-in	3
5	Бюджеты ФОТ и ФРП	2

Основной фокус на действия, которые генерируют продажи. Администрирование ровно столько, сколько необходимо для управления продажами.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!