



Стратегия развития региона Рязань 2023.

Презентация Дивизионального менеджера

УТВЕРЖДАЮ

Директор АО «Фирменный
Торговый Дом Царицыно»

_____ Р.В. Макушев
« ____ » _____ 2023 г.

ФИО	Должность	Подпись	Дата
Аленкин К.М.	Заместитель директора-Коммерческий директор		
Абдурахманов К.Р.	Заместитель коммерческого директора-Директор по развитию		

Классификация региона

Ре

г. Рязань является регионом развития.

Действующие показатели:

- Глубина ассортимента (ММЛ) – 3,2
- АКБ – 571 торговая точка
- Команда ЭТК – 3 торговых представителя, 1 СВ, 1 Оператор.

результат

Глубина ассортимента(ММЛ) 4,5+;
АКБ 55% от АКБ дистрибьютора – 1190
тт

Наличие команды ЭТК – 3 торговых
представителей 1 СВ, 1 Оператор.

*Выход на
показатели*

1год

Техническая справка о регионе

Рязанская область — субъект Российской Федерации, расположенный в западной части страны. Входит в состав Центрального Федерального Округа. Площадь — 39 600 км², население — 1 130 103 чел. . Административный центр — город Рязань (расстояние от окружной дороги Москвы до границы области — 147 км).

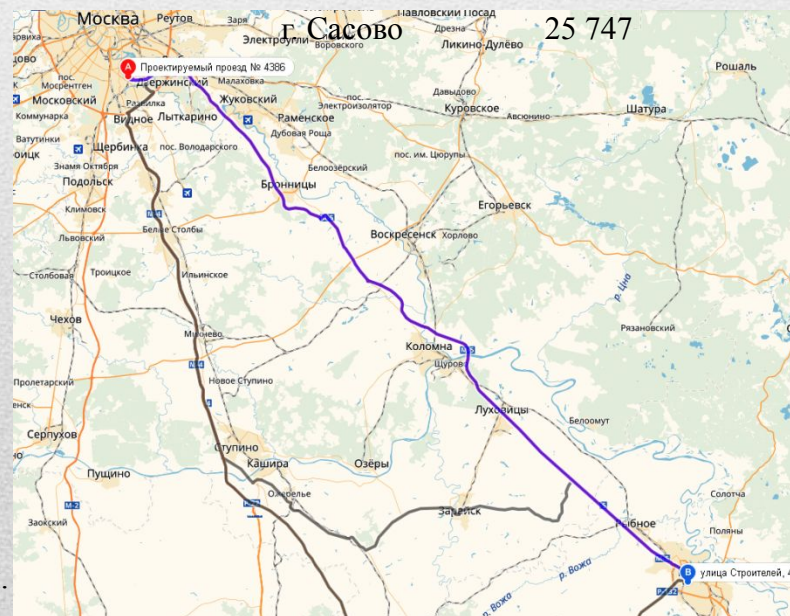


Среднемесячная номинальная
заработная плата, руб.- 39800 рублей.

Оборот розничной торговли. – 274971 млн. руб.
Оборот общественного питания – 11613 млн. руб.
Оборот колбасных изделий, млн. руб. – 14 691
тыс. тонн

Расстояние от Логистического Центра до склада Дистрибьютора- 190 км.

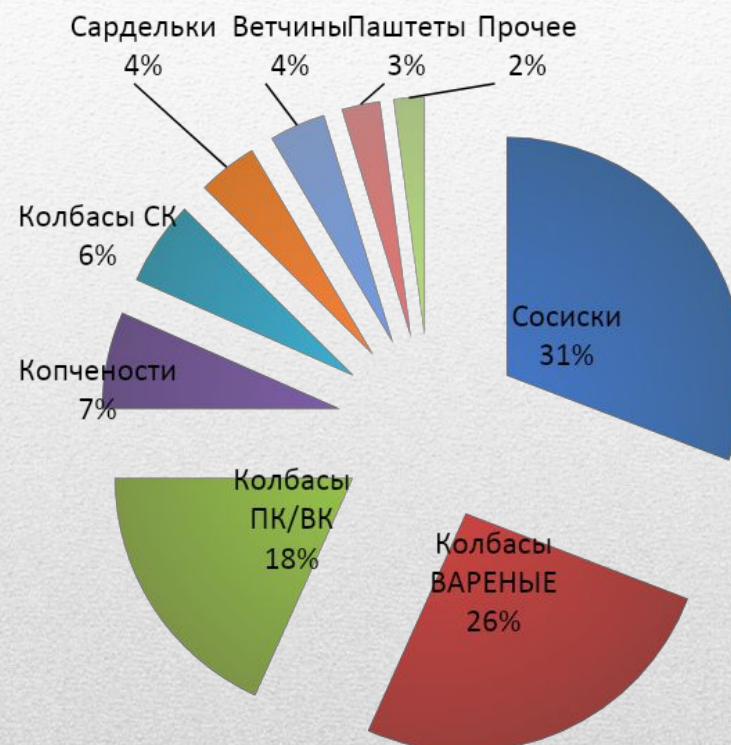
Городские округа:	Город	Население, чел.
	г. Рязань	537 622
	г. Касимов	30 696
	г. Скопин	27 348
	г. Сасово	25 747



Емкость рынка колбасных изделий в регионе

Общее население, чел.	1 130 103
Городское население, чел.	807 392
Сельское население, чел.	322 711
Среднее потребление КИ, кг./чел в год, кг.	13

Группа	тыс. тонн	доля, %
Сосиски	4 527	30,8%
Колбасы ВАРЕННЫЕ	3 808	25,9%
Колбасы ПК/ВК	2 685	18,3%
Копчености	969	6,6%
Колбасы СК	850	5,8%
Сардельки	600	4,1%
Ветчины	563	3,8%
Паштеты	384	2,6%
Прочее	306	2,1%
Объем рынка КИ	14 691	100%



Стратегические цели развития региона

Достичь показателя годового объёма продаж
Региона на Декабрь 2023г. – 94,5 тонн

Занять долю рынка в
регионе- 6 %

Цели развития региона на 2023год

1. Цель по объему продаж в регионе с учетом емкости региона.

Достичь показателя объема продаж в регионе до конца 2023г. 94,5 тонн (вторичные продажи)

2. Цель по объемам продаж , приоритетного канала (Розничный канал, Хорика, опт.):

Достичь показателя объема продаж в регионе до конца 2023 г. 70 тонн (вторичные продажи)

3. Цель по покрытию территории (исходя из категории региона).

*Достичь покрытия территории из расчета наличия продукции
в 55 % ТТ от АКБ дистрибьютора (655тт)*

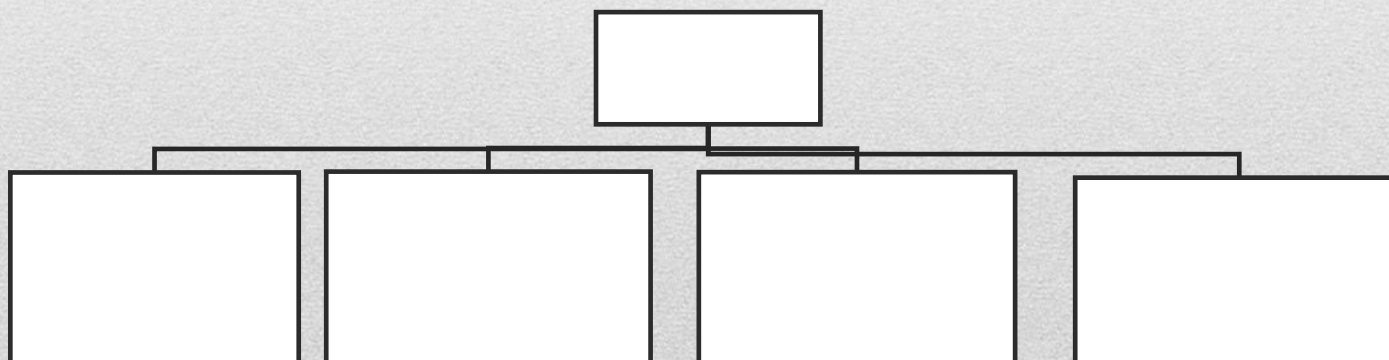
*Обеспечить наличие ассортимента УМ в количестве 5 SKU в
40% объемообразующих ТТ от АКБ региона.*

Анализ дистрибьютора в регионе

	ООО «ПРОДМАРКЕТ»	ООО Радуга
Портфель дистрибьютора	Владимирский стандарт, Стародворские колбасы,, Микоян, Черкизово, Мираторг	региональные поставщики (Иней , Мяском)
КИ	да	Заморозка, КИ
АКБ дистрибьютора	1190	890
АКБ город	502	350
АКБ Область	688	540
ТК дистрибьютора	15	28
ЭТК Царицыно	1СВ+3 ТП+1оператор	нет
ЭТК др. производителей (каких, численность)	Владимирский стандарт: 1 РМ,1ТМ, 1 СВ, 6ТП	только заморозка
	Стародворские колбасы: 1 ТМ, 2СВ, 12 ТП	
	Микоян: 1ТМ,7 ТП Черкизово: 1РМ, 1СВ,8 ТП Мираторг : 1СВ ,3ТП	
Финансовая политика ДЮ	Отсрочка платежа 14 дн.	Отсрочка платежа 14 дн.
Договора с ЛС (какие?)	ТД Барс,,ООО Аллегри, ООО Оливье,ООО Сокол	ТД Барс, ТД Сорока, ТД Алфавит, ООО Аллегри, ООО У Ксюши
Договора с ФС	Глобус (логистика)	Глобус (логистика)
Склады, Скв. м.	6000	4000
Заморозка, Скв. м.	230	2500
Автопарк	Собственный	Собственный
Автопарк, шт	44	32
Возможность размещения ЭТК	Да	Да
Организация мобильной торговли	Да, optimum	Да
Существующее программное обеспечение	Warm	
Проявленный интерес к сотрудничеству	Сотрудничает	готов рассмотреть только прямой контракт

Паспорт региона

Каналы продаж	ОКБ региона	АКБ Дистриб	АКБ Царицыно	Числ Дистриб от АКБ Дистриб, %	Числ Дистриб от ОКБ региона, %
Розница	1 340	1 190	571	48%	48%
Федеральные сети	372	0	0	0%	0%
Локальные сети	65	65	61	94%	94%
Опт, HoReCa	95	40	18	30%	23%
ИТОГО	1 872	1 295	650	49%	34%



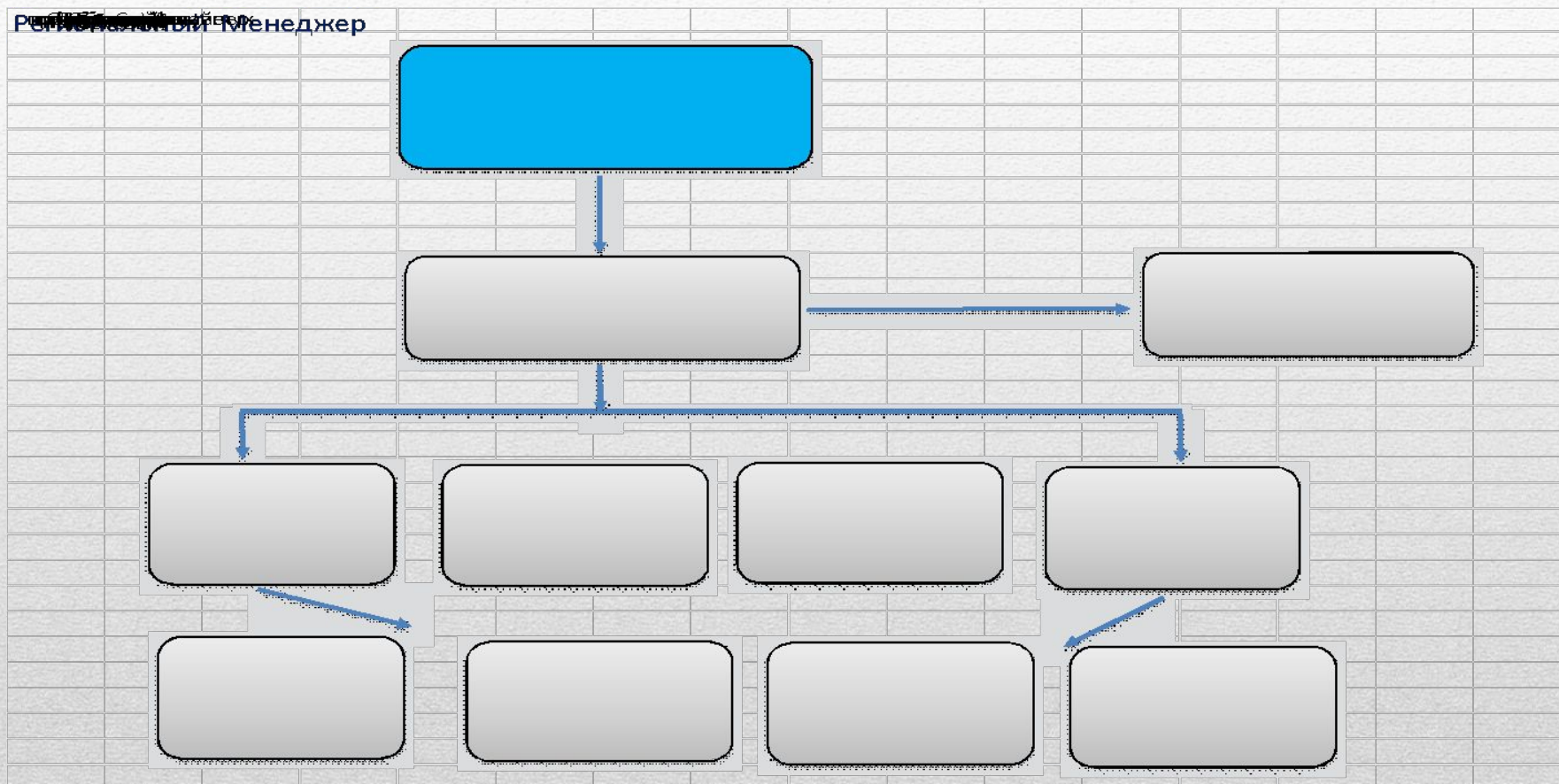
Конкурентное окружение в розничном канале продаж. ТОП 5

№	Игроки на рынке	Канал продаж	Кол-во SKU в 1 ТТ традиционной розницы	Доля полки	Товарные группы	Ходовые позиции
1	Стародворские колбасы	ОПТ, розница, ЛС, ФС, HoReCa.	17	19,0%	Вареные колбасы, сосиски, п/к, в/к ,с/к.	Докторская по стародворски,вязанка
						Сосиски стародворские. молочные, вязанка
						ВК Мясорубская, кремлевский
						Салями охотничья
2	Владимирский стандарт	ОПТ, розница, ЛС, ФС, HoReCa.	12	17,0%	Варённые колбасы, сосиски., в/к.	Докторская Стандарт
						Русская Стандарт
						ВК Кремлевский,зернистый
						Сосиски Баварские, Сливочные стандарт
3	Черкизово	ОПТ, розница, ЛС, HoReCa.	9	14,0%	Вареные колбасы, сосиски.	Докторская по-черкизовски
						ВК Астория,Имперская
						Сосиски Молочные по – черкизовски,Сочинки с/к
4	Останкино	ОПТ, розница, ЛС, ФС, HoReCa.	8	13,0%	Вареные колбасы, сосиски, п/к, в/к ,с/к	Классическая,мясная Сосиска мясные,сочные ВК Финский,Охотничья
						Докторская классическая
					Вареные колбасы	Докторская ГОСТ

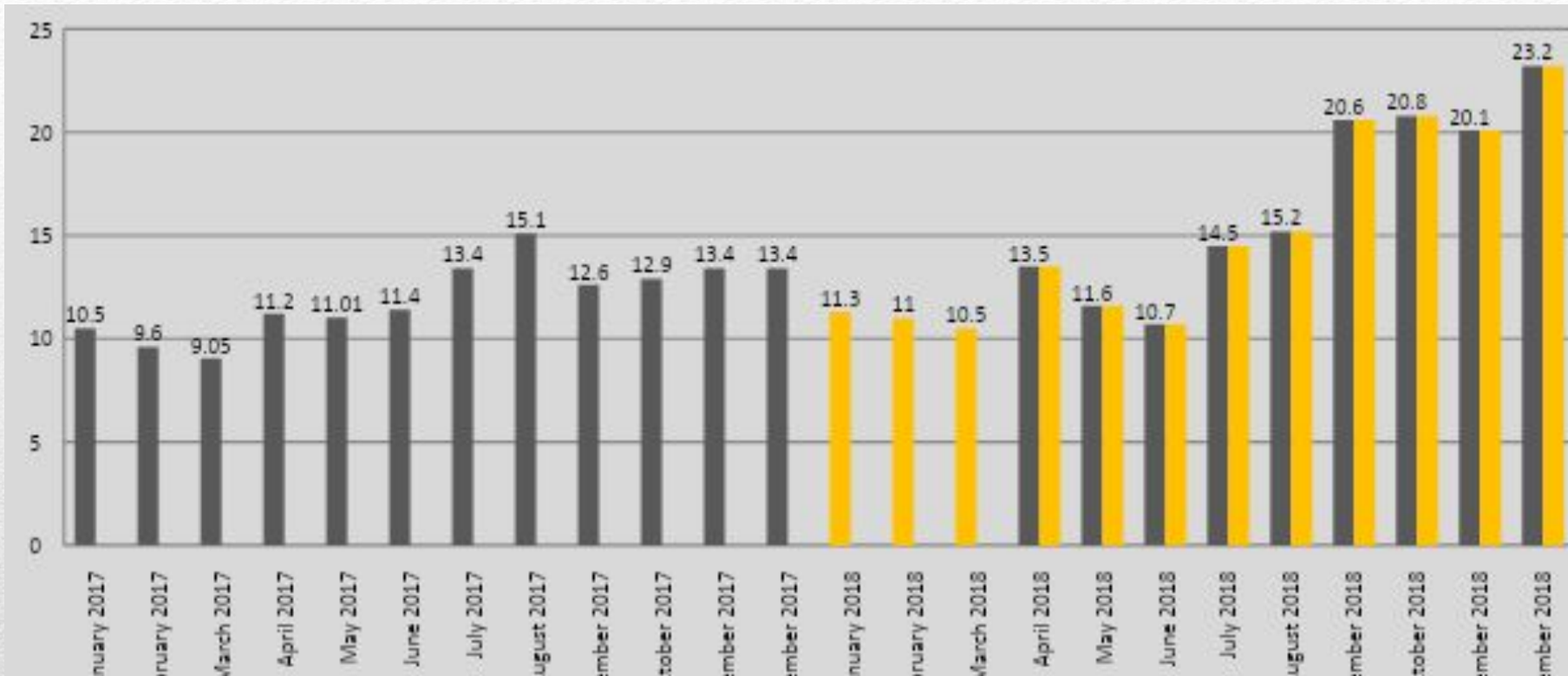
Анализ условий работы дистрибьютора с конкурентами

Производители	Владимирский Стандарт	Черкизово	Стародворские колбасы	НАШИ УСЛОВИЯ
Форма оплаты/скидка по предоплате	Отсрочка (14дн)	Отсрочка (14дн)	Отсрочка (21 дн)	Отсрочка (14дн)
Условия доставки/скидка за самовывоз	Доставка производителя	Доставка производителя	Доставка производителя	Доставка производителя
Расчет наценки на продукцию (%) по каналам (розница, ЛС, опт, Хорека)	Розница 25%	28%	22%	Розница 26%
	ЛС 30%	35%	25%	ЛС 30%
	Опт 10%	10%	10%	Опт 20%
	Хорека 18%	18%	15%	Хорека 18%
Оплата листинга	100	100	50/50	100
Возвраты	5%	5%	5%	1%
Ретро-бонусы	5%	5%	5%	5%
Условия оплаты команды:	100%	100%	100%	100%
- численность ТК	6 ТП, 1 СВ,1 ТМ, 1РМ	8 ТП,1СВ,1РМ	12 ТП,2 СВ,1 ТМ	4ТП ,1СВ
- Средн. ЗП ТП/СВ	60000/90000	60000/90000	65000/95000	55000/60000
Наличие и вид мобильной	Агент +	Чикаго	Чикаго	Оптимум

Текущая орг. Структура в регионе



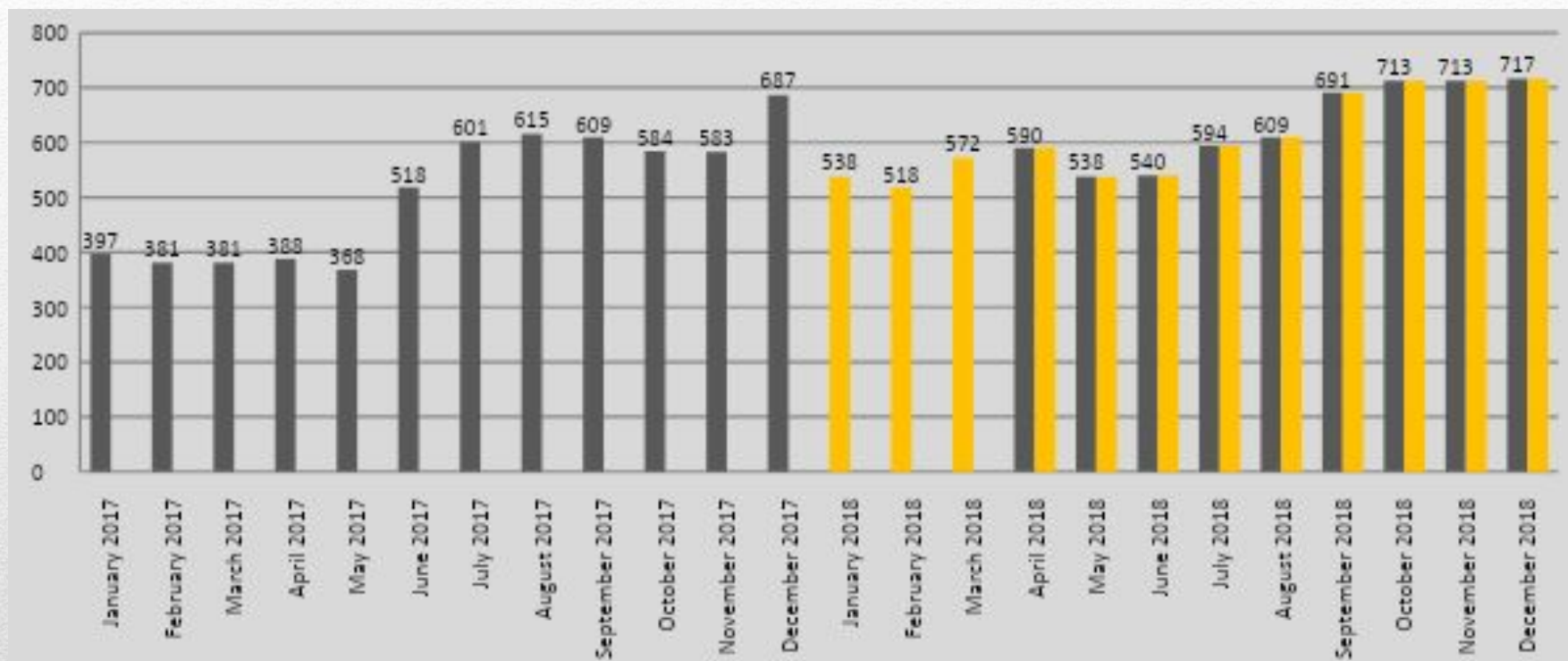
Факт продаж в 2018 году, тонн.



	янв.17	фев.17	мар.17	апр.17	май.17	июн.17	июл.17	авг.17	сен.17	окт.17	ноя.17	дек.17	2017 год
Продажи, кг	10 488	9 662	9 055	11 238	11 016	11 431	13 676	15 146	13 657	12 972	13 337	13 424	145 101
Впродажи, кг	9 133	9 171	9 120	9 997	10 600	14 102	14 671	18 689	16 746	15 196	14 826	17 348	159 598

	янв.18	фев.18	мар.18	апр.18	май.18	июн.18	июл.18	авг.18	сен.18	окт.18	ноя.18	дек.18	2018 год
	11		10	13				15	20	20	20	23	

Факт АКБ в 2018г.



	январь.17	февраль.17	март.17	апрель.17	май.17	июнь.17	июль.17	август.17	сентябрь.17	октябрь.17	ноябрь.17	декабрь.17
АКБ Царицыно	397	381	381	388	368	518	601	615	609	584	583	687

	январь.18	февраль.18	март.18	апрель.18	май.18	июнь.18	июль.18	август.18	сентябрь.18	октябрь.18	ноябрь.18	декабрь.18
АКБ Царицыно	538	518	572	590	538	540	594	609	691	713	713	717

Факт объёма продаж 2018г. по форматам ТТ

Формат/Название	Показатель	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Розница	Объем, кг	7543	7375	11167	9776	9305	9501	10701	11996	12 465	12 764	13 116	14 760
Розница	АКБ	504	487	542	562	512	514	564	576	612	641	641	645
Розница	Глубина ассортимента	3,4	3,6	3,8	4,2	3,6	3,8	3,9	4,4	5,3	5	6	6
Локальные сети	Объем, кг	247	295	181	191	1139	801	1053	1817	2246	5036	4710	5242
Локальные сети	АКБ	15	15	13	11	12	11	12	12	57	57	57	57
Локальные сети	Глубина ассортимента	3,13	3,13	2,85	3,09	2,83	3,27	3,42	3,33	10,6	10,6	10,6	11
Хорека/опт	Объем, кг	3648	3281	3847	3781	3927	3565	3742	4538	4375	3483	3258	3626
Хорека/опт	АКБ	14	16	17	17	14	15	18	21	22	22	22	22
Хорека/опт	Глубина ассортимента	6,9	6,7	7,6	6,6	6,6	6,4	4,9	6	6,2	6,3	6,5	6,8

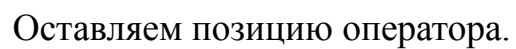
ИТОГО	Объем, кг	11 304	10 948	10 509	13 577	11 604	10 777	14 493	15 181	20 642	20 816	20 159	23 200
ИТОГО	АКБ	538	518	572	590	538	540	594	609	691	713	713	717
ИТОГО	Глубина ассортимента	3,6	3,7	3,9	4,2	3,7	3,9	3,9	4,4	5,9	6,6	6,7	7
ИТОГО	Средние продажи на 1 ТТ	22	22	28	23	27	28	26	30	30	34	33	34

[illegible]

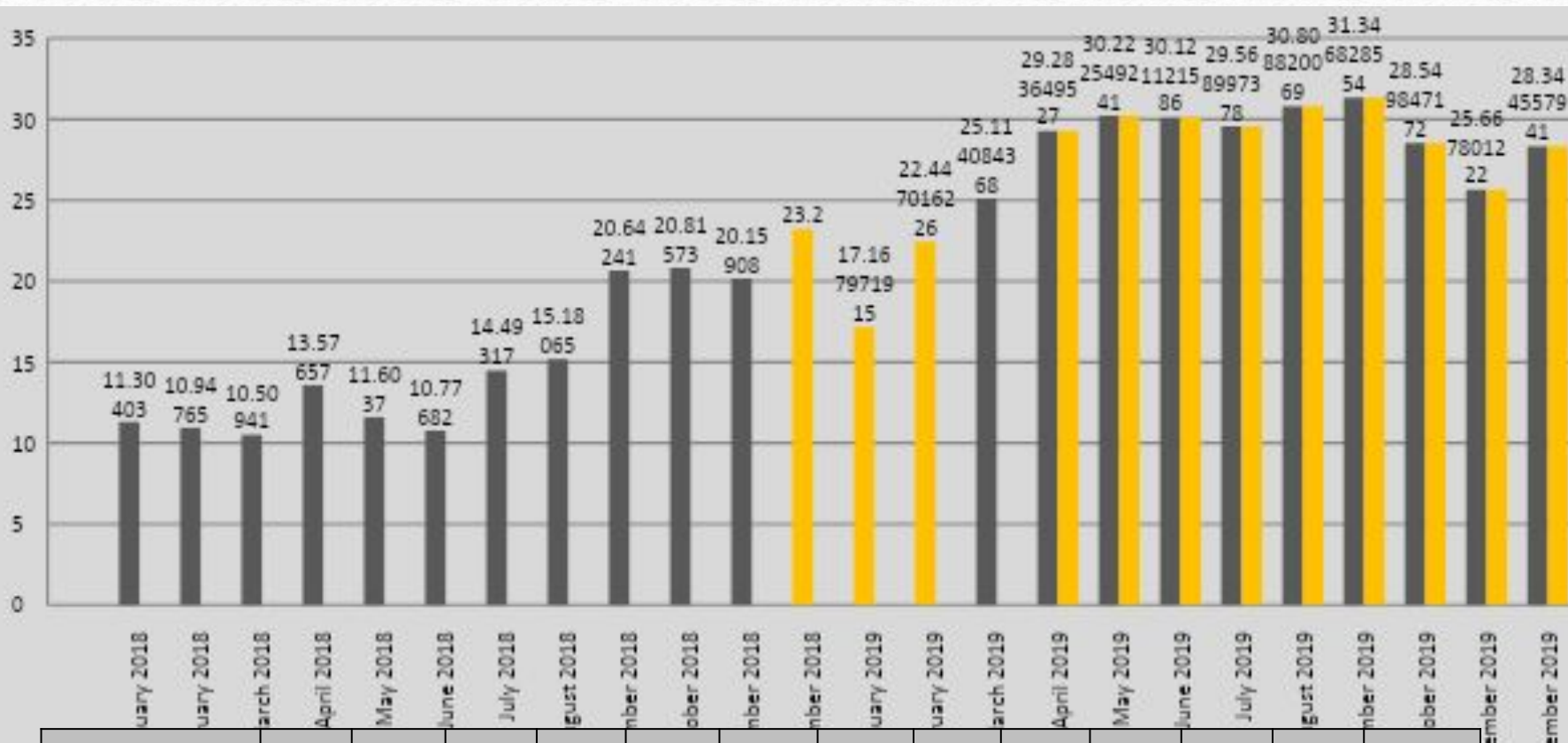
Бюджет затрат региона по каналам продаж

(от планового ТО, в руб.)

канал	Направление активности	итого за 2018 год
Розничные ТТ	1.Бюджет на ТМА	1929652
	2.Дегустационные наборы	22300
	4.ФОТ (ЭТК)	4456156
	ИТОГО ЗА ГОД	5408108
Локальные сети	1.Бюджет на ТМА	368000
	2.Дегустационные наборы	226300
	ИТОГО ЗА ГОД	594300
Опт/Хорика	1.Бюджет на ТМА	300000
	2. Дегустационные наборы	0
	ИТОГО ЗА ГОД	300000
ИТОГО СУММАРНО ПО ВСЕМ КАНАЛАМ		6302408



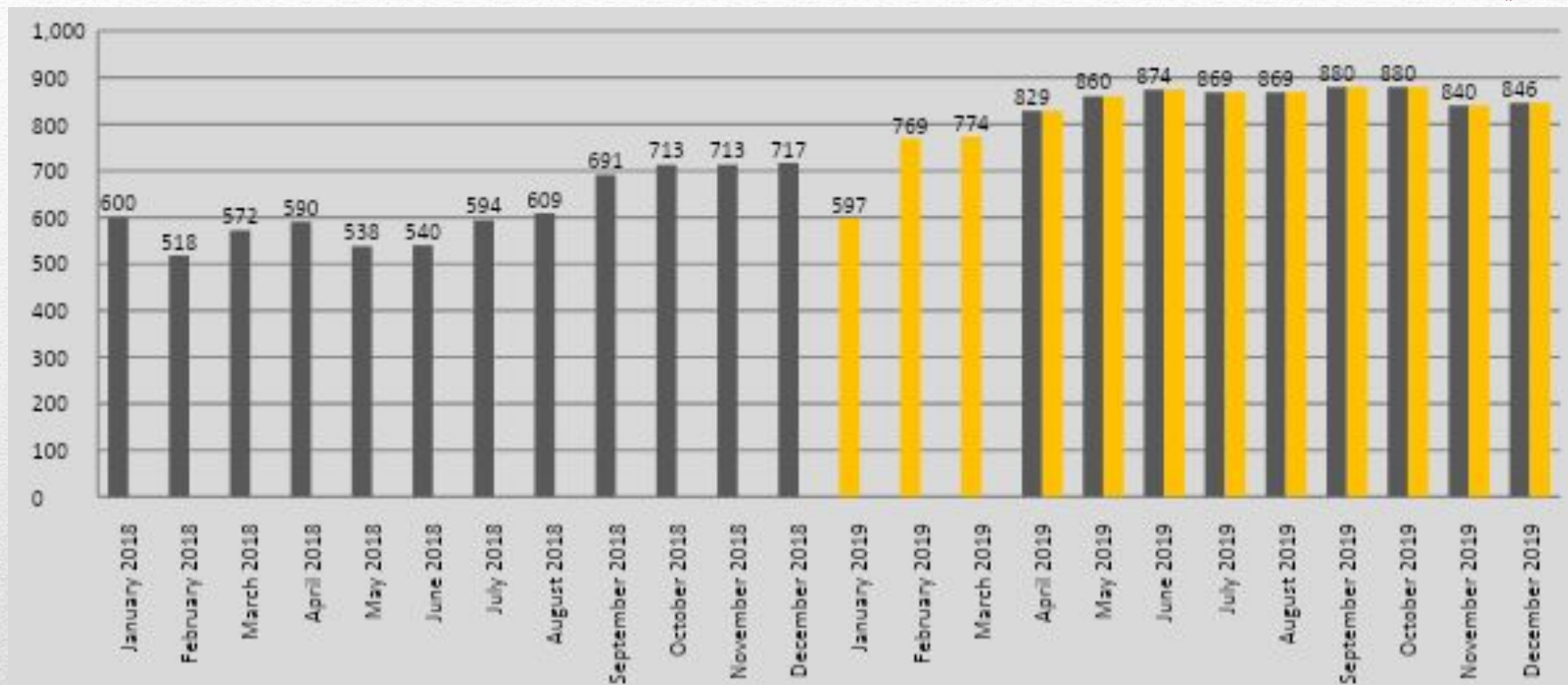
Развитие продаж в 2019 году, тонн.



	янв.18	фев.18	мар.18	апр.18	май.18	июн.18	июл.18	авг.18	сен.18	окт.18	ноя.18	дек.18	2018 год
Продажи, кг	11 304	10 948	10 509	13 577	11 604	10 777	14 493	15 181	20 642	20 816	20 159	23 200	183 209
Впродажи, кг	11 976	11 461	15 738	13 749	14 371	15 066	15 498	18 351	20 495	24 304	23 766	24 500	209 275

	янв.19	фев.19	мар.19	апр.19	май.19	июн.19	июл.19	авг.19	сен.19	окт.19	ноя.19	дек.19	2019 год
Продажи, кг	17 168	22 447	25 114	29 284	30 223	30 121	29 569	30 809	31 347	28 550	25 668	28 345	328 643

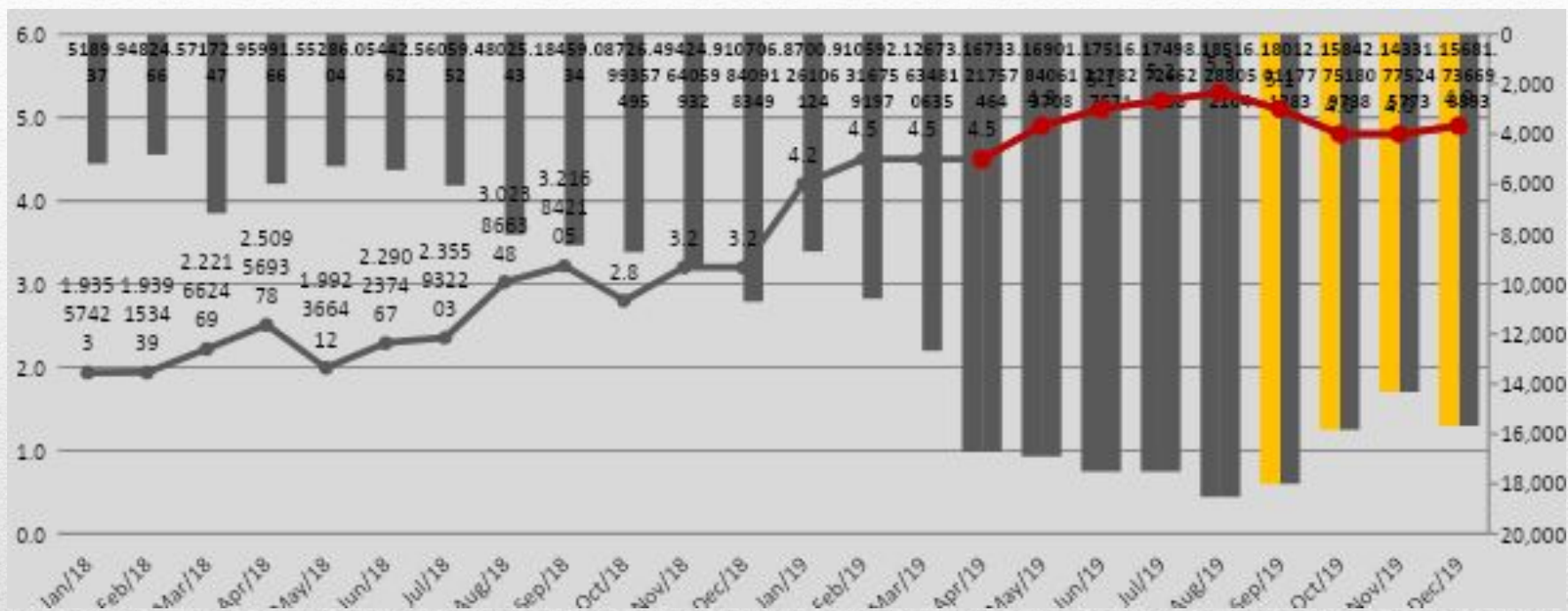
Развитие АКБ в 2019г.



	январь.18	февраль.18	март.18	апрель.18	май.18	июнь.18	июль.18	август.18	сентябрь.18	октябрь.18	ноябрь.18	декабрь.18
АКБ Царицыно	538	518	572	590	538	540	594	609	691	713	713	717

	январь.19	февраль.19	март.19	апрель.19	май.19	июнь.19	июль.19	август.19	сентябрь.19	октябрь.19	ноябрь.19	декабрь.19
АКБ Царицыно	597	769	774	829	860	874	869	869	880	880	840	846

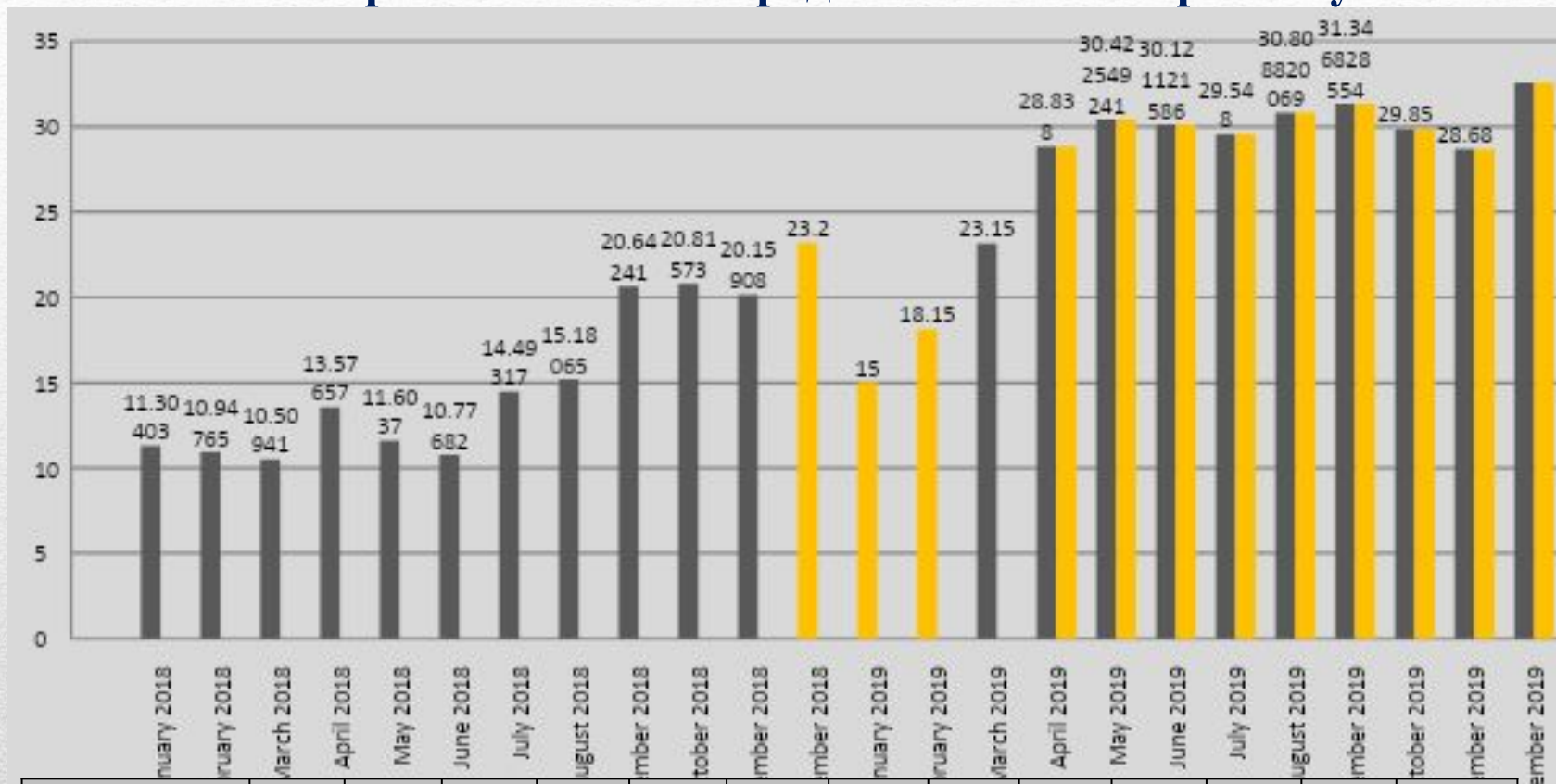
Увеличение глубины ассортимента MML в 2019 году



	январь 18	февраль 18	март 18	апрель 18	май 18	июнь 18	июль 18	август 18	сентябрь 18	октябрь 18	ноябрь 18	декабрь 18
Глубина MML	1,9	1,9	2,2	2,5	2,0	2,3	2,4	3,0	3,2	2,8	3,2	3,2
У MML, кг.	5 190	4 825	7 173	5 992	5 286	5 443	6 059	8 025	8 459	8 726	9 425	10 707

	январь 19	февраль 19	март 19	апрель 19	май 19	июнь 19	июль 19	август 19	сентябрь 19	октябрь 19	ноябрь 19	декабрь 19
Глубина												
У MML, кг.												

Планирование объема продаж на 2019г. по региону



	январь 2018	февраль 2018	март 2018	апрель 2018	май 2018	июнь 2018	июль 2018	август 2018	сентябрь 2018	октябрь 2018	ноябрь 2018	декабрь 2018	2018 год
ППродажи, кг	11 304	10 948	10 509	13 577	11 604	10 777	14 493	15 181	20 642	20 816	20 159	23 200	183 209
Впродажи, кг	11 976	11 461	15 738	13 749	14 371	15 066	15 498	18 351	20 495	22 304	22 766	24 150	205 925

	январь 2019	февраль 2019	март 2019	апрель 2019	май 2019	июнь 2019	июль 2019	август 2019	сентябрь 2019	октябрь 2019	ноябрь 2019	декабрь 2019	2019 год
	15	18	23	28	30		29	30	31	29	28	32	

План объёма продаж 2019г. по форматам ТТ

Формат/Название	Показатель	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Розница	Объем, кг	9219	11513	14807	19510	21008	21611	21589	22716	22 010	19 311	17 576	19 293
Розница	АКБ	540	690	695	750	780	800	800	800	800	800	760	766
Розница	Глубина ассортимента	6,3	6,5	6,5	6,8	7,0	6,8	6,8	7,0	7,0	7,0	6,0	6,0
Локальные сети	Объем, кг	2960	3481	5006	5287	5525	5725	5720	5755	5598	5539	4922	5478
Локальные сети	АКБ	55	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
Локальные сети	Глубина ассортимента	7,00	8,00	9,00	9,50	10,00	10,00	10,00	10,00	9,50	9,50	9,50	9,50
Хорека/опт	Объем, кг	2990	3153	3301	3487	3689	2785	2260	2338	3738	3699	3170	3574
Хорека/опт	АКБ	18	24	24	24	25	19	14	14	25	25	25	25
Хорека/опт	Глубина ассортимента	4,8	5,6	5,6	5,6	6,2	6,5	5,2	5,2	5,6	5,6	5,8	6,2

ИТОГО	Объем, кг	15 000	18 150	23 150	28 838	30 423	30 121	29 548	30 809	31 347	29 850	28 680	32 560
ИТОГО	АКБ	597	769	774	829	860	874	869	869	880	880	840	846
ИТОГО	Глубина ассортимента	6,3	6,5	7,0	7,0	8,0	8,0	9,0	8,0	7,5	7,0	7,5	8,0
ИТОГО	Средние продажи на 1 ТТ	25	29	32	35	35	34	34	35	36	32	32	35

Факторы роста в 2019 году

Канал сбыта	Факторы роста	Прирост, кг
Розница	Прирост за счет роста АКБ	58 560
	Прирост за счет увеличения глубины ассортимента	51 135
Локальные сети	Прирост за счет роста АКБ	8200
	Прирост за счет увеличения глубины ассортимента	34425
Опт+HoReCa	Прирост за счет роста АКБ	0
	Прирост за счет увеличения глубины ассортимента	-6887
Итого прирост, кг		145 431

* Падение в канале опт: в связи с переводом точек на обслуживание от команды ЭТК.



План проведения маркетинговых мероприятий 2019год

Механика акции	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	ИТОГО
промо N+1		75000		82000	95000		95000		95000		75000		517000
ЖЦ Розница + Сети.	165000	165000	195000	195000	195000	230000	250000	250000	185000	185000	185000	233000	2433000
Дегустация.		10000	10000	10000	10000		10000	10000	10000	10000	10000	10000	50 000
ИТОГО	165000	250000	205000	287000	300000	230000	355000	260000	290000	195000	270000	243000	3000000

Механика ТМА	Описание ТМА	Бюджет ТМА
промо N+1	При покупке акционных позиций, ЛПР торговой точки получает бонус бесплатной продукцией. Проведение промо в формате 3+1, 4+1. ЭТП сообщает ЛПР ТТ цену на новые для них позиции, клиент выставляет на продажу бонусную продукцию с учетом своей наценки.	517000
ЖЦ Сети. Розница + Сети.	Скидка в цене 20/25/30/35 %, в зависимости от доходности позиции + 5% дополнительная скидка от партнера. Выделение акционной позиции желтым ценником на витрине для привлечения конечного покупателя.	2 433 000
Дегустации.	Варианты промо: дегустации для ЛПР ТТ, для конечного потребителя.	50 000
ИТОГО		3 000 000

Необходимо сохранить мотивацию для торговой команды (+20000руб к текущей ЗП) .
 - списание 3% на возвраты (1 600 000).

План по предотвращению

Вероятность наступления риска (не выше 40%)	Наименование и сущность риска	Меры предотвращения	Сроки	Ответственный
30%	Отказ от мотивации команды ЭТК. По всем компаниям в регионе зп значительно выше.	1. Сохранение мотивации для команды ЭТК. 2. Набор новых сотрудников.	Согласование в Декабре 2018.	Дивизиональный менеджер. Кондрашов Дмитрий
30%	Не достижение показателей качественной и количественной дистрибуции вследствие высокой активности конкурентов.	1. Контроль проведения ТМА конкурентами. 2. Актуализация программы ТМА. 3. Мониторинг ассортиментного и ценового позиционирования лидеров конкурентов. 4. Формирование конкурентного предложения для ТТ. 5. Проведение доп. программы ТМА на квартал.	Ежемесячно.	Дивизиональный менеджер. Кондрашов Дмитрий
15%	Не удастся выйти на запланированные объемы вследствие низкой ухודимости товара из тт.	1. Контроль выкладки и глубины ассортимента. 2. Корректировка плана продвижения ТМ в регионе. 3.. Проведение доп. Программы ТМА на квартал.	Ежемесячный контроль динамики продаж.	Дивизиональный менеджер. Кондрашов Дмитрий
5%	Отказ от предоставления списания (3%)	1. Согласовать лимит списания 3%. Для всех каналов продаж. 2 . Ротация / вывод ассортимента..	Ежемесячный контроль лимитов на возврат .	Дивизиональный менеджер. Кондрашов Дмитрий
15%	Недостижение запланированных целей по показателю АКБ.	1. Дополнительная мотивация сотрудников дистрибьютора. 2. Ротация персонала (ЭТК) .	Ежемесячный контроль	Дивизиональный менеджер. Кондрашов Дмитрий
5%	Прекращение деятельности локальной сети/сетей.	1. Перераспределение объемов между действующими сетями и РТТ. 2. Увеличение глубины ассортимента, ТМА поддержка в точках, куда распределятся объемы. 3. Оплата дополнительного листинга.	Сроки перераспределения объёмов и ротации ассортимента - 2 месяца. Цель- выход на прежние объёмы.	Дивизиональный менеджер. Кондрашов Дмитрий