



**Всегда свежие молочные
продукты от производителя!**

ТД «Милланд»

**Система корпоративного управления
компанией:**

Проблемы и решения.

Итоговая аттестационная работа

Лудин Роман Владимирович
Директор по продажам , ТД «Милланд»
2016
год



Цель, объект, предмет исследования

- Цель аттестационной работы – провести исследование корпоративного управления в компании ТД «Милланд».
- Объект исследования – система корпоративного управления ТД «Милланд»
- Предмет исследования - проблемы и решения в системе корпоративного управления компанией

Для достижения поставленной цели требуется решить

следующие задачи :

- Привести краткую характеристику компании ТД «Милланд»;
- Провести анализ организация системы управления в компании;
- Оценить качество системы управления в компании;
- Предложить рекомендации по совершенствованию системы управления.



Производственная компания

Новый завод открыт на базе
«Усть-Лабинского молочного
комбината».

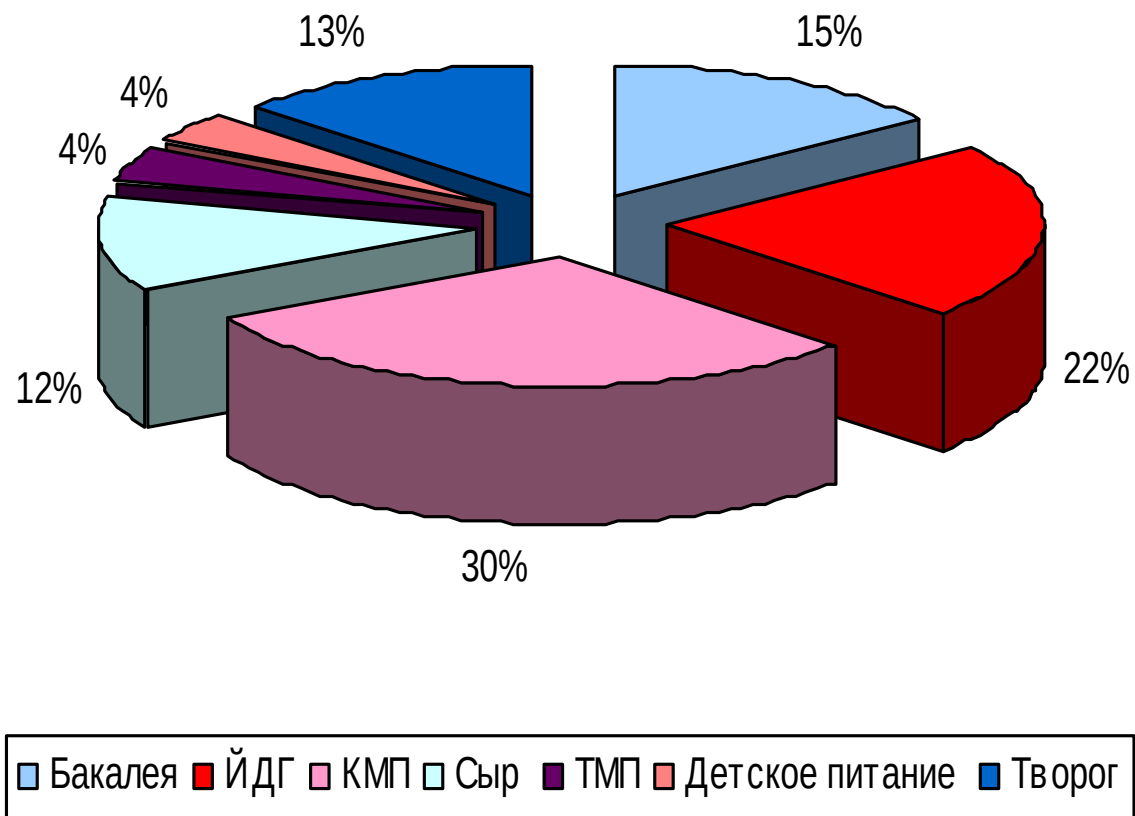
На протяжении 2-х лет проводилась
полная
модернизация и реконструкция



- ✓ Предприятие высшего гигиенического стандарта
- ✓ Качество продукции
- ✓ Гарантия объемов производства
- ✓ Инновационные упаковочные решения
- ✓ Стабильность



Структура ассортиментного портфеля по видам



Основные конкурентные преимущества



Наше предприятие сертифицировано в соответствии с международными стандартами в области безопасности пищевой продукции.



Мы создаем нашу продукцию, как для маленьких детей,
так и для мам и пап, бабушек и дедушек!
Одним словом, для всей семьи!



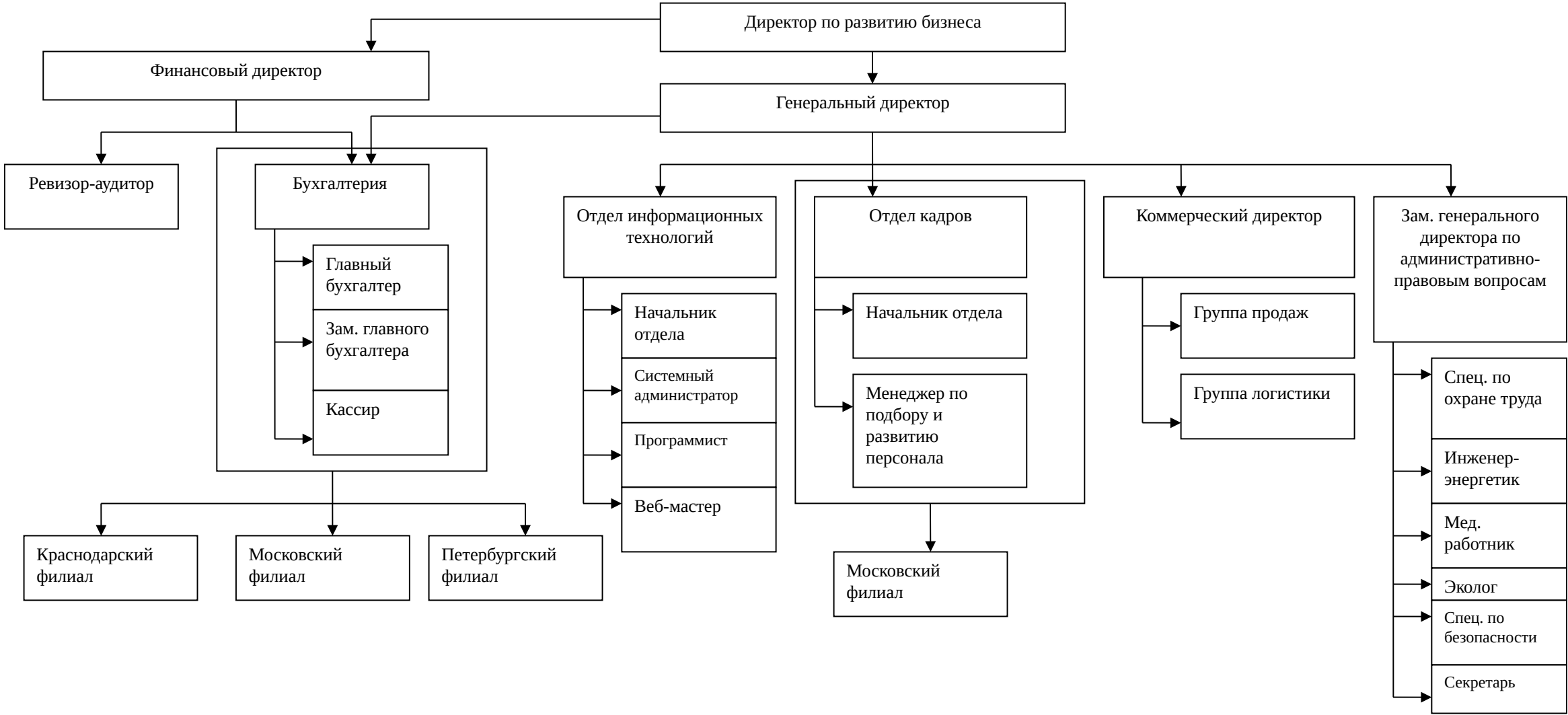
Вся наша продукция изготавливается строго по государственным стандартам



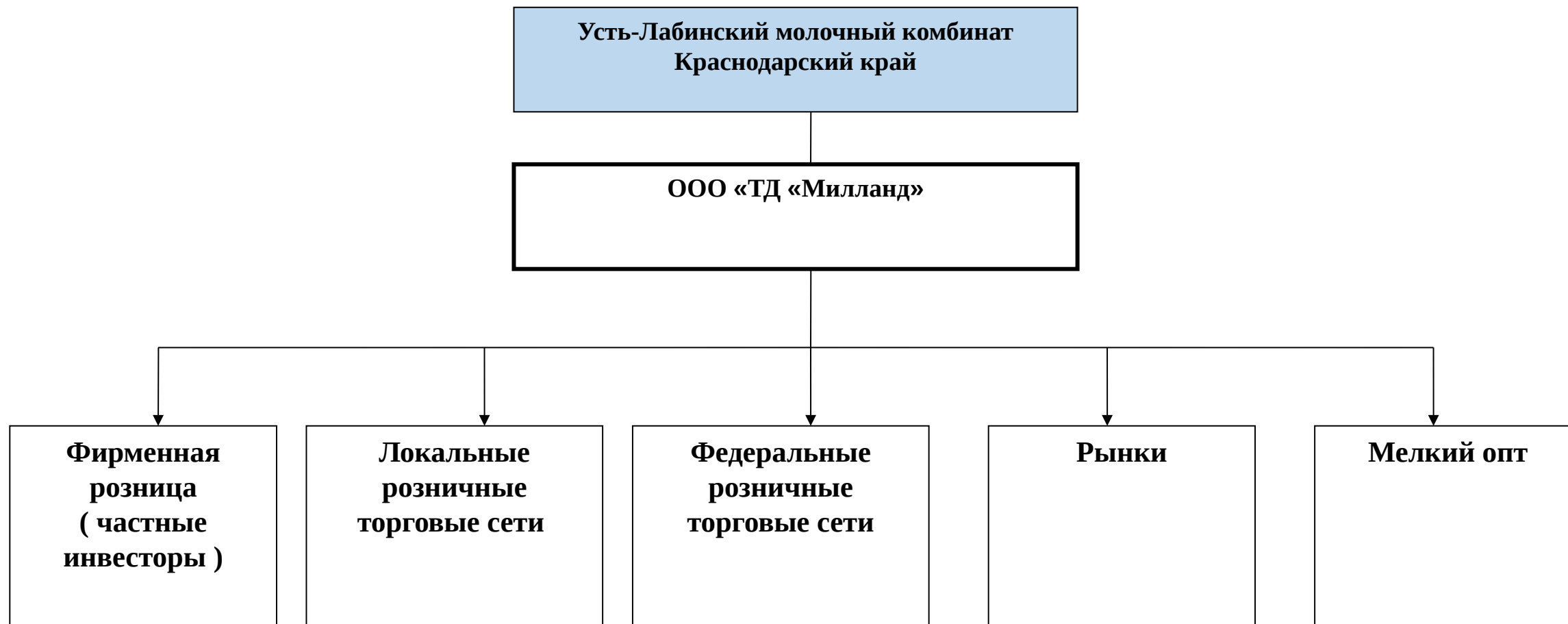
Вся наша продукция изготавливается строго по государственным стандартам



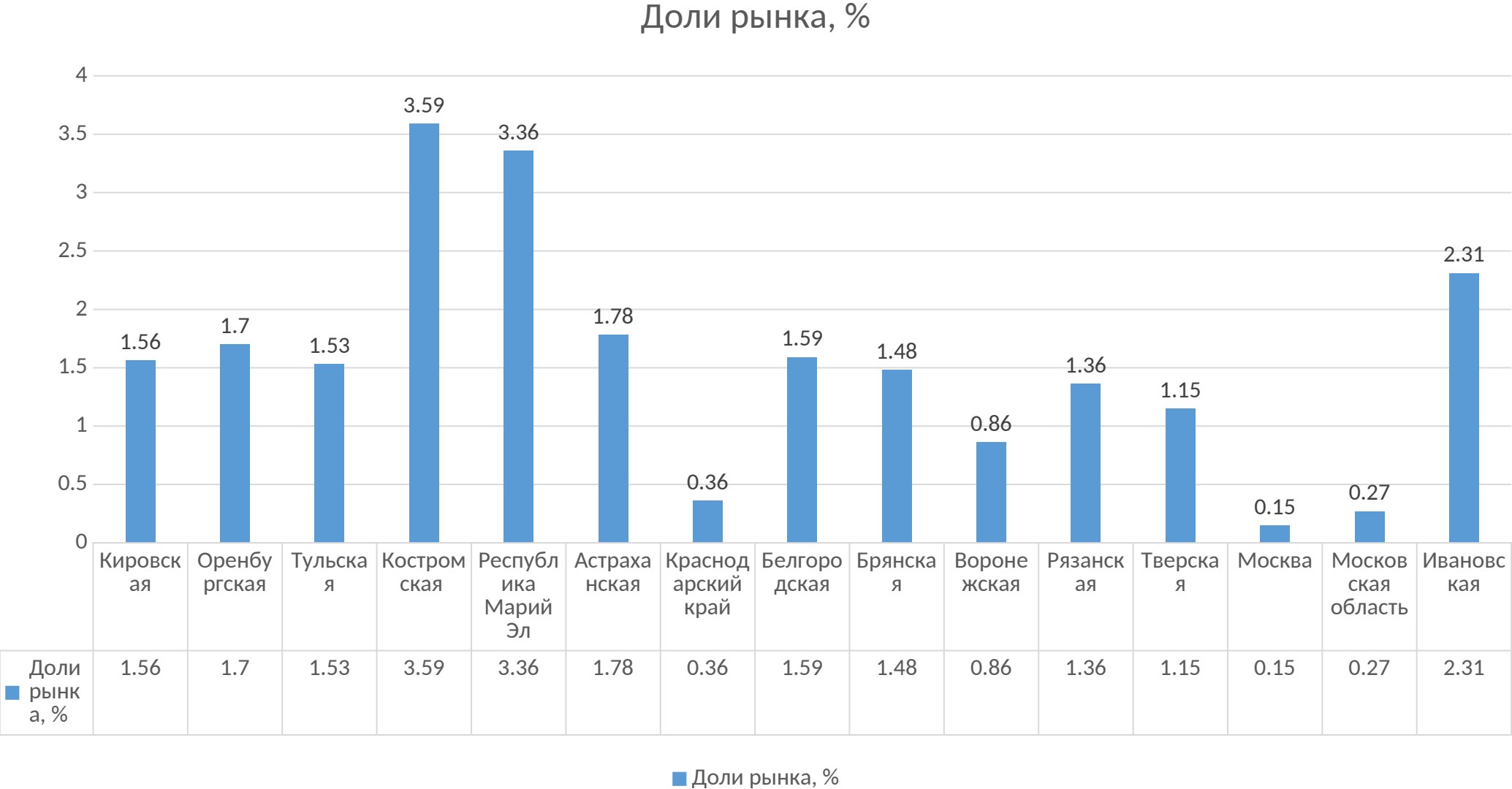
Структура ТД «Милланд»



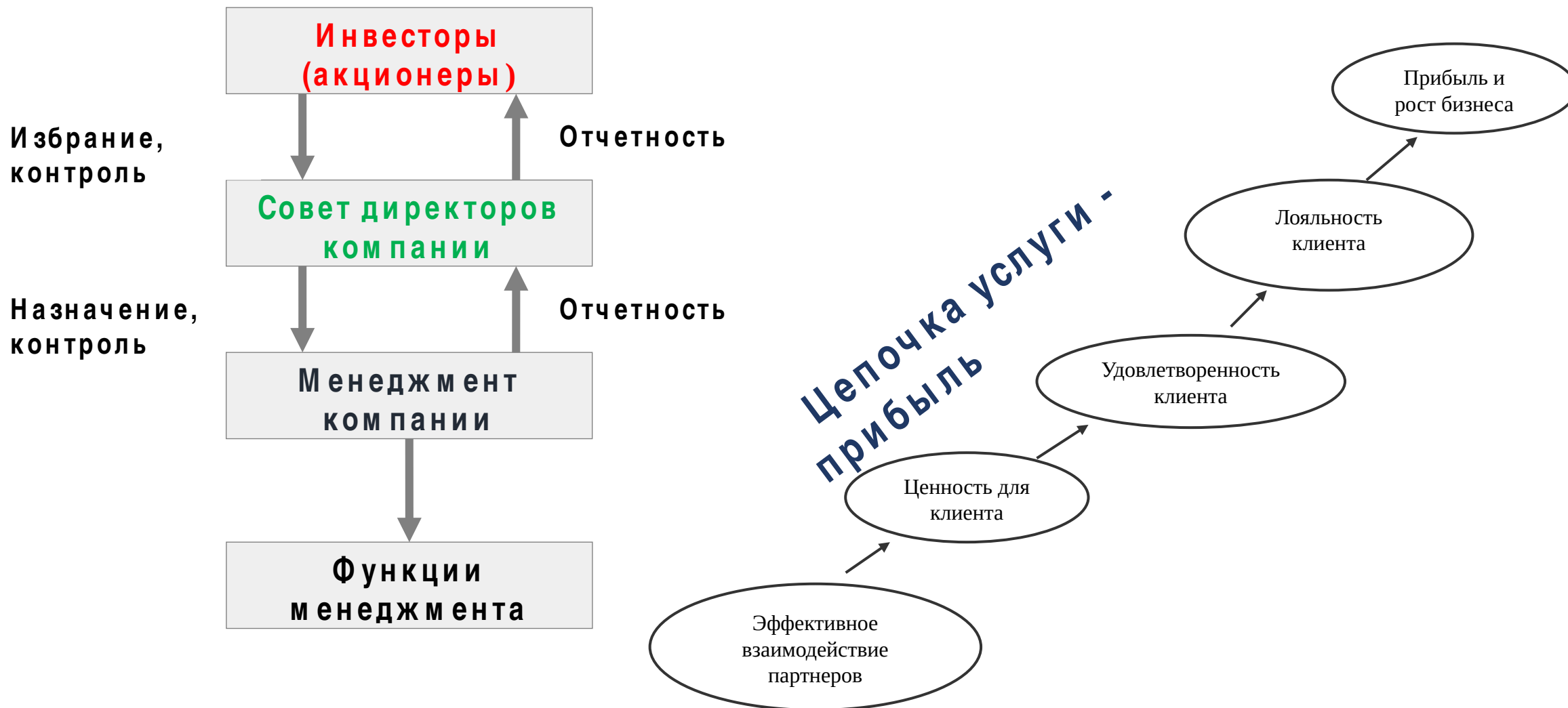
Структура сети организаций – потребителей обслуживаемых ТД «Милланд»



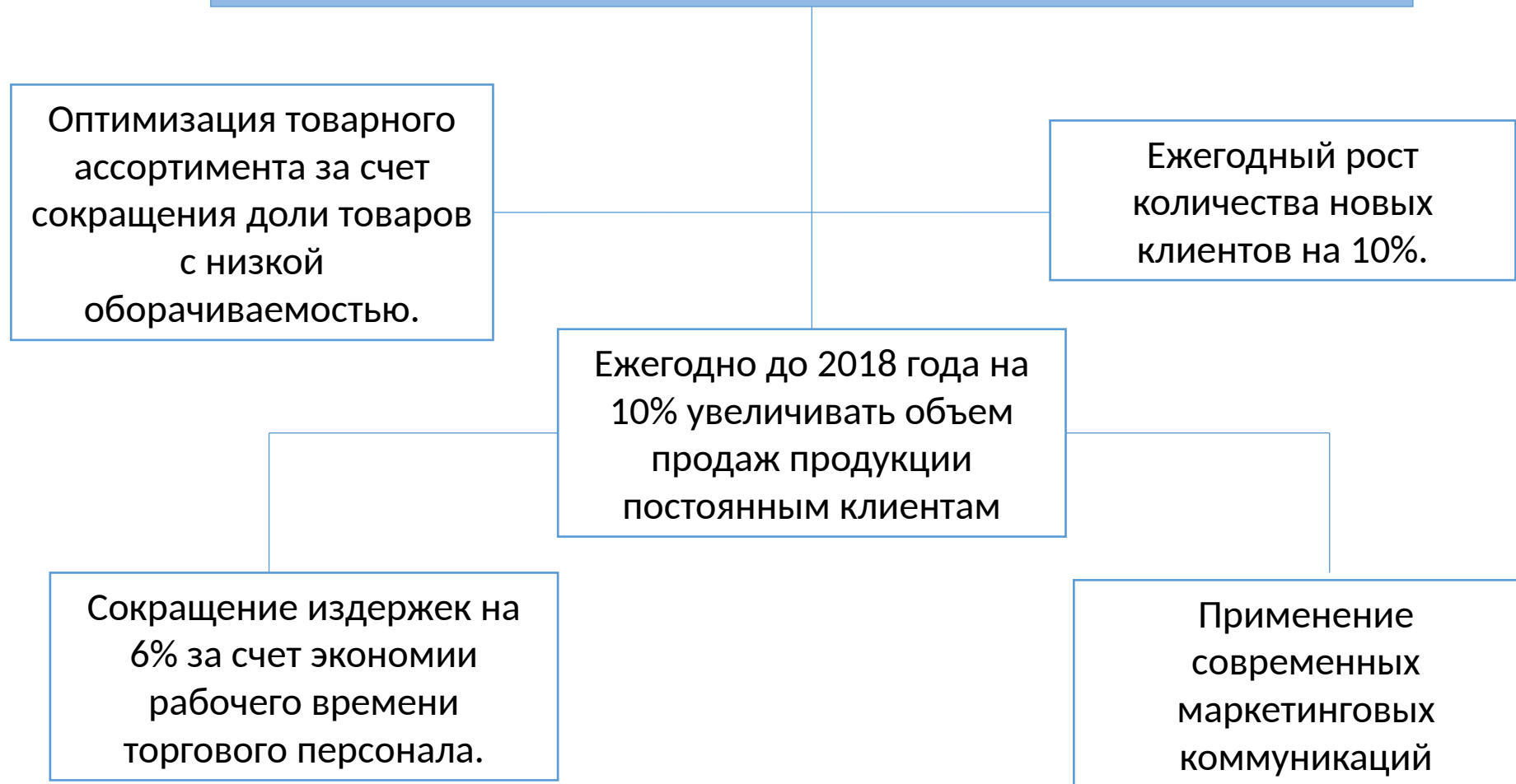
Расчет доли рынка ООО «ТД «Милланд» в каждом регионе



Необходимая схема корпоративного управления ТД «Милланд»

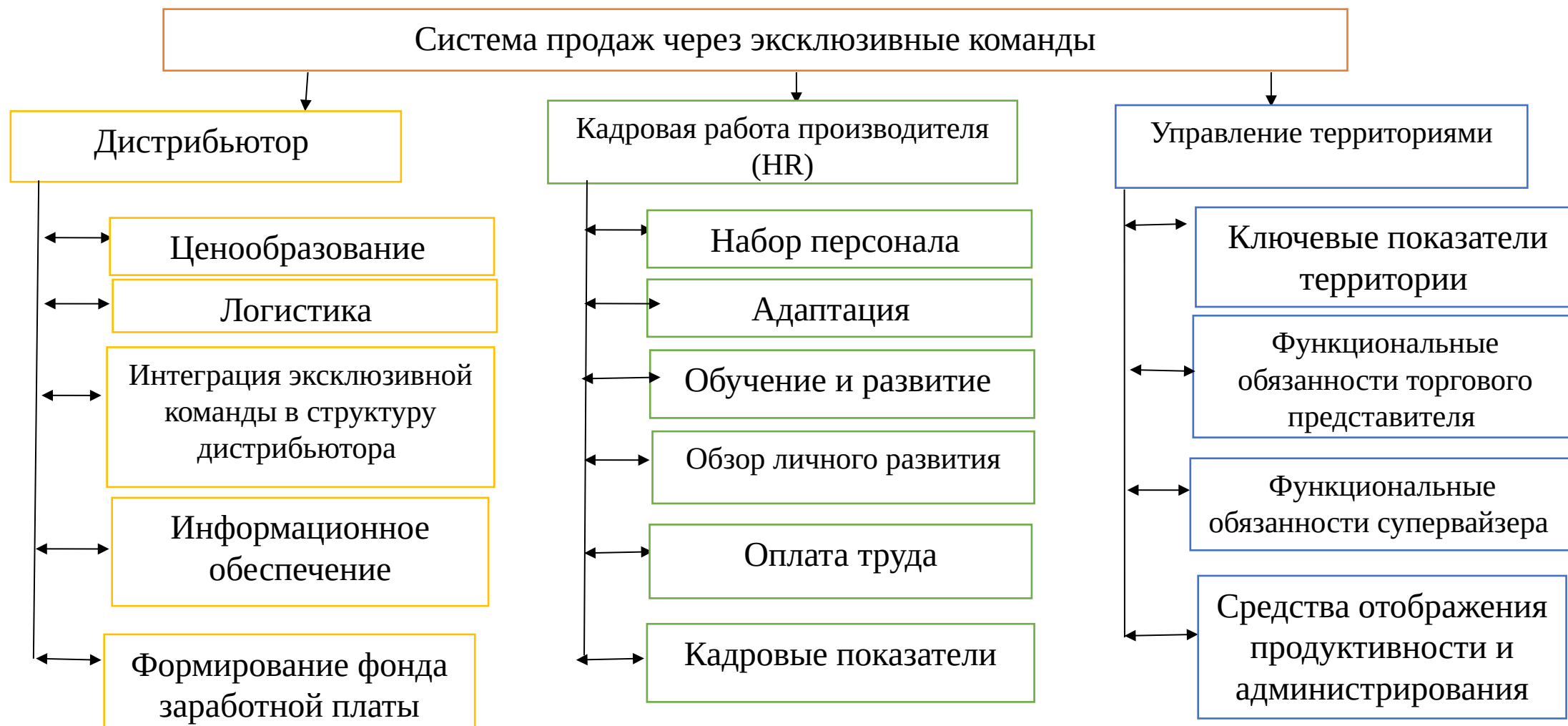


Маркетинговые цели ООО «ТД «Милланд» на 2016-2018 гг.





Система продаж через эксклюзивные команды



Пример периодичности посещений разных категорий клиентов

Категория клиентов	Периодичность посещений	Москва СЗАО		Москва ЮВАО	
		Количество клиентов	Количество посещений в год	Количество клиентов	Количество посещений в год
А	2 раза в месяц	10	240	5	120
В	1 раз в месяц	25	300	15	180
С	1 раз в 2 месяца	15	90	60	360
		50	630	80	660



Источники экономического эффекта внедрения CRM-системы

Показатели	До CRM	После CRM	Изменение, %
Количество сотрудников, работающих с клиентами	5	6	120
Количество обслуживаемых клиентов (год)	164	210	128,0
Количество клиентов, обслуживаемых сотрудником отдела продаж	33	40	120
Требования к квалификации персонала	Высокие	Высокие	-
Средняя заработная плата сотрудника, руб.	25 000	25 000	100
Потери потенциальных клиентов, с которыми сотрудники отдела продаж забыли вовремя связаться	90	10	-80
Возможность получения оперативного отчета о продажах	нет	есть	-
Возможность внедрения ISO	нет	есть	-
Взаимозаменяемость сотрудников	нет	есть	-
Накопление более полной информации о клиентах	нет	есть	-
Коллективная работа сотрудников	нет	есть	-
Возможность отсеечения «плохих» клиентов	10%	100 %	+90
Вероятность удержания клиентов	50 %	80 %	+30
Увеличение количества «вторичных заказов»	30%	63 %	+33



В результате предложенных мероприятий ожидается рост объема продаж ООО «ТД «Милланд» :

- ✓ организации ЭТК на 1140000 тыс. руб.;
- ✓ стимулирование различных групп клиентов с помощью скидок обеспечит рост объема продаж на 73798,87 тыс. руб.;
- ✓ внедрение CRM-системы для работы с клиентами обеспечит рост объема продаж на 28%, или на 151452 тыс. руб.;
- ✓ в результате разработки сайта – на 14441 тыс. руб.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

