

ВУЗ

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

«Разработка проекта по совершенствованию организации и стимулирования продаж продукта на примере ООО «Магистраль нефть»»

Выполнила:

фио

Научный руководитель:

фио

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАБОТЫ

Цель – изучить стимулирование продаж на примере нефтепродуктов.

Задачи:

1. Изучить теоретические аспекты стимулирования продаж организации;
2. Исследовать стимулирование продаж продукта на примере нефтепродуктов;
3. Разработка проекта по стимулированию продаж продукта.

Три типа стимулирования рынка

```
graph TD; A[Три типа стимулирования рынка] --> B[Общее]; A --> C[Избирательное]; A --> D[Индивидуальное];
```

Общее

Избирательное

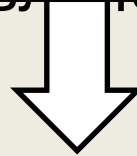
Индивидуальное

Специфика продаж нефтепродуктов, как продуктов в сфере B2B

1. Профессиональные покупатели (менеджеры, четко знающие уникальность продукта и цены на рынке);
2. Актуальность отлично ориентироваться как бизнес покупателя;
3. Актуальность определить проблемы покупателей и различить риски клиентов;
4. Актуальность наличия разумных преимуществ товара;
5. Отказ от манипуляторных методов продаж;
6. Организация службы продаж в соответствии с сегментами рынка;
7. Система мотивации персонала на базе получения персональных результатов;
8. Тщательная работа с каждым потенциальным клиентом;

Схема организации процесса продаж «ООО «Магистраль нефть»»

Первичные продажи
исполняет менеджер по
привлечению



Дела клиента передаются в
бэк-офис

Динамика затрат на реализацию и объема нефтепродуктов в «ООО «Магистраль нефть»

Год	Затраты на реализацию, тыс. руб.	Темпы роста, %		Объем реализации, тыс. руб.	Темпы роста, %	
		базисные	цепные		базисные	цепные
2013	46380	-	-	60234	-	-
2014	54033	116.5	116.5	72156	119.8	119.8
2015	50508	126.8	108.9	80228	133.2	111.2
2016	69297	174.0	137.2	115059	191.0	143.4
2017	65070	163.3	93.9	105600	175.3	91.3

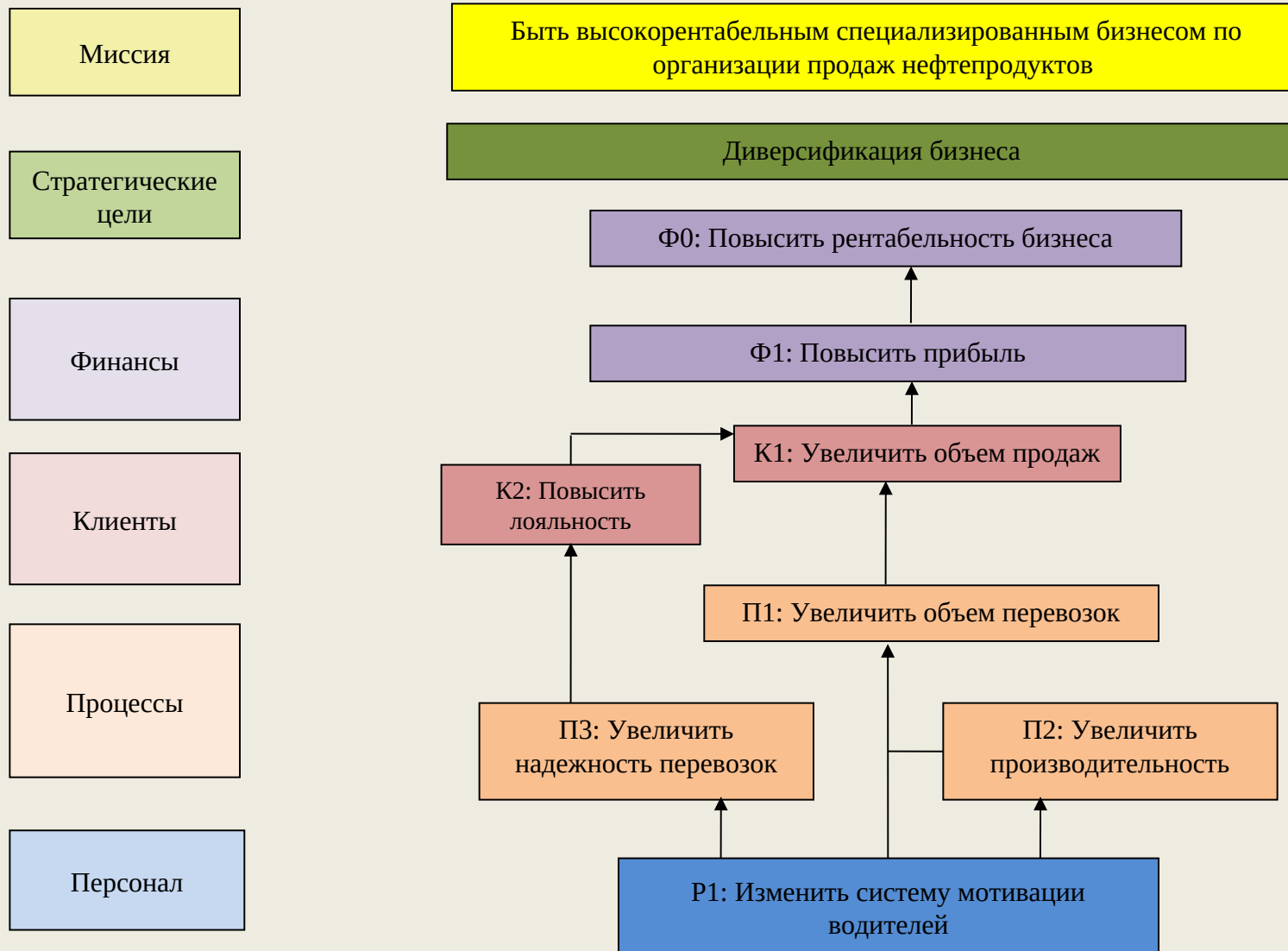
Структура, динамика и темпы роста затрат ООО «Магистраль нефть» на затраты на обслуживание реализационного процесса

Статьи затрат	2016г.		2017 г. план		2017 г. факт		2017 г. к 2016 г.		2017 г. факт к плану	
	сумма, тыс.руб.	удель-ный вес, %	сумма, тыс.руб.	удель-ный вес, %	сумма, тыс.руб.	удель-ный вес, %	+/-	темп роста, %	+/-	темп роста, %
по поддержанию основных производственных фондов в рабочем состоянии	523	10.8	523	13.7	523	10.4	-	100.0	-	100.0
Аренда оборудования	1093	22.6	-	-	-	-	-1093	-	-	-
модернизация оборудования	364	7.5	413	10.8	442	8.8	+78	121.4	+29	107.0
Пожарная и сторожевая охрана	456	9.4	481	12.6	487	9.6	+31	106.8	+06	101.3
по обеспечению производства материалами, топливом, энергией, инструментом и др	2400	49.7	2401	62.9	3600	71.2	+1200	150.0	+1200	150.0
Итого затраты на обслуживание	4836	100	3817	100	5052	100	+216	104.5	+1235	132.4

Доля групп нефтебаз в показателях производственной деятельности

Группа нефтебаз	Удельный вес			Коэффициент оборачиваемости резервуарного парка
	в резервуарном парке	в объеме реализации	в затратах	
До 10 тыс. м ³	23,2	41,9	53,6	1,02
От 10 до 20 тыс. м ³	32,6	28,7	21,4	0,50
От 20 до 50 тыс. м	28,1	16,2	12,0	0,33
Свыше 50 тыс. м ³	16,1	13,2	13,0	0,46
Всего	100,0	100,0	100,0	0,57

Стратегическая карта ООО «Магистраль нефть»



Программа стимулирования сбыта включает в себя:

1. Мотивационная программа для торговых посредников;
2. Мотивационная программа для эксклюзивных торговых представителей;
3. Промо-акция для потребителей.

Карта рисков до и после принятия превентивных мер



До принятия мер

После принятия мер

«Стимулирование продаж нефтепродуктов»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!