

**«Стратегия развития
розничных продаж»
(на материалах ООО «Си-
Маркет»)**

Слушатель
Президентской программы
«Инновационные стратегии в управлении»
Евстигнеев Юрий Юрьевич

- Целью проекта развития розничных продаж и строительства нового магазина является удовлетворение потребности клиентов, повышение эффективности работы кампании, узнаваемости бренда Си-Маркет, увеличение лояльности имеющихся клиентов и привлечение новых.

Для выполнения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

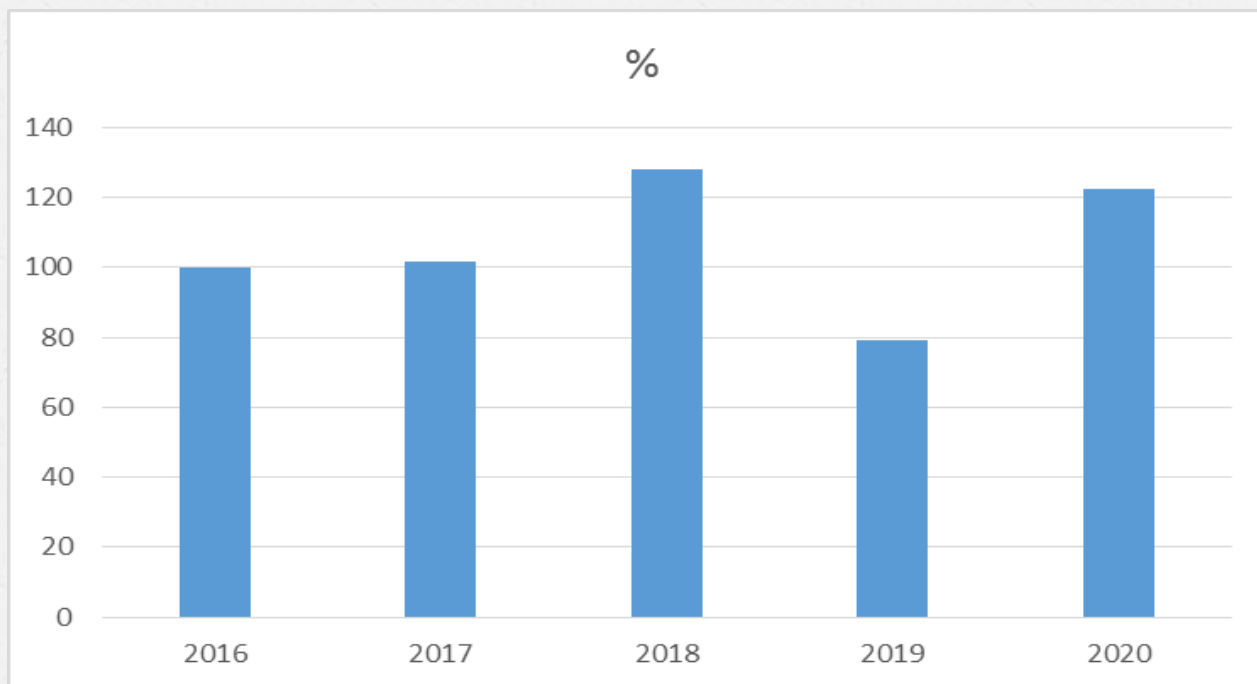
- Провести анализ влияния факторов внешнего и внутреннего окружения на проект.
- Описать основную концепцию проекта создания магазина строительных материалов.
- Провести оценку инвестиционной привлекательности и оценку рисков проекта.
- Разработать основные положения проекта и план его внедрения.
- Разработать мероприятия по обеспечению функционирования магазина розничных продаж.

- o Компания ООО «Си-Маркет» основана в 1998 году на протяжении 22х лет компания позиционируется как поставщик стройматериалов на крупные стройки города, области и в другие регионы. Компания имеет крупные запасы строительных материалов, которые реализует по оптовым ценам.
- o Основной офис находится на Урицкого 102, так же есть филиалы на Автомобилистов 18, Генерала Маргелова 11. В Димитровграде по адресу ул. Баданова 106. Есть собственная ж/д ветка, по которой осуществляется вагонная поставка продукции.

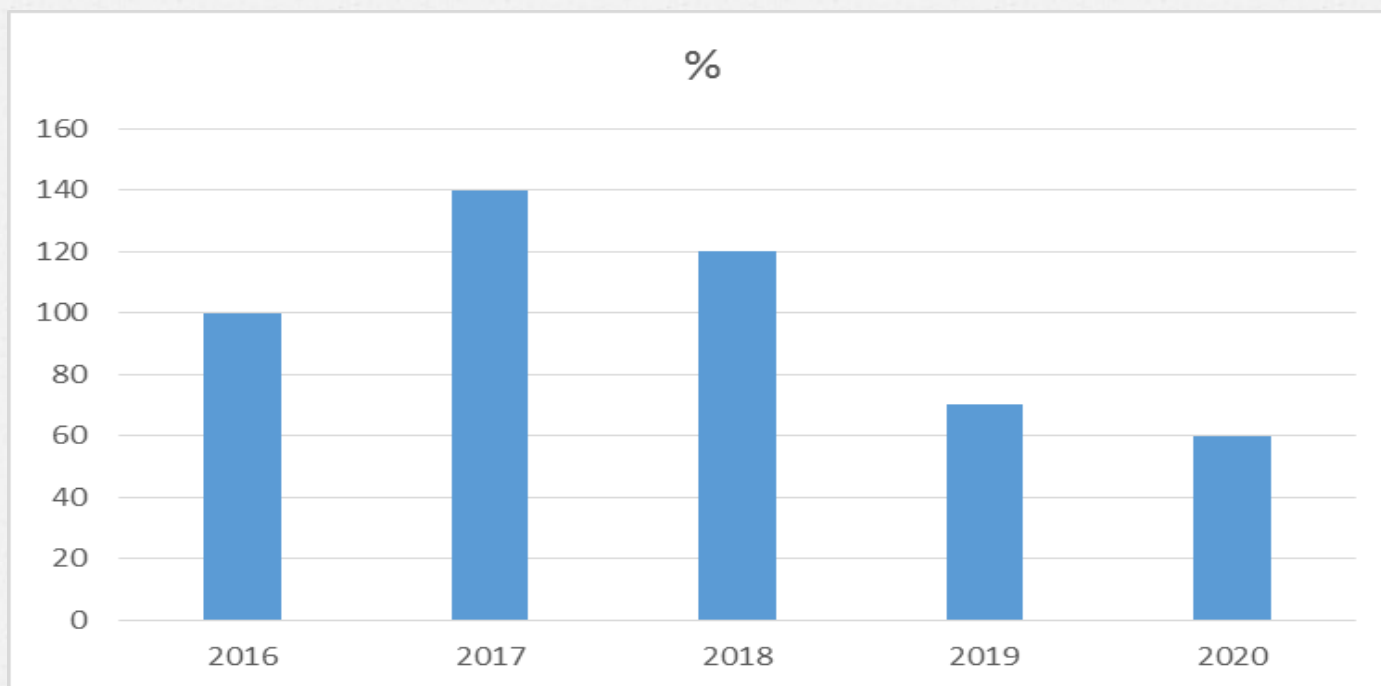
- o Компания занимается продажами строительных материалов и комплектует строительными материалами крупные стройки Ульяновской области и за ее пределами.
- o Компания является дилером таких крупных брендов как Кнауф, Тиккурилла, Юнис, ЕК, Церезит, Изовер , Урса и многих других.
- o Собственное производство сухих строительных смесей осуществляется на протяжении трех лет, так же работает цех по производству акустических панелей.
- o Оборот компании 400 млн в год. В 2020 году рост объемов продаж к 2019 году составил 14%.

Анализ деятельности ООО «Си-Маркет»

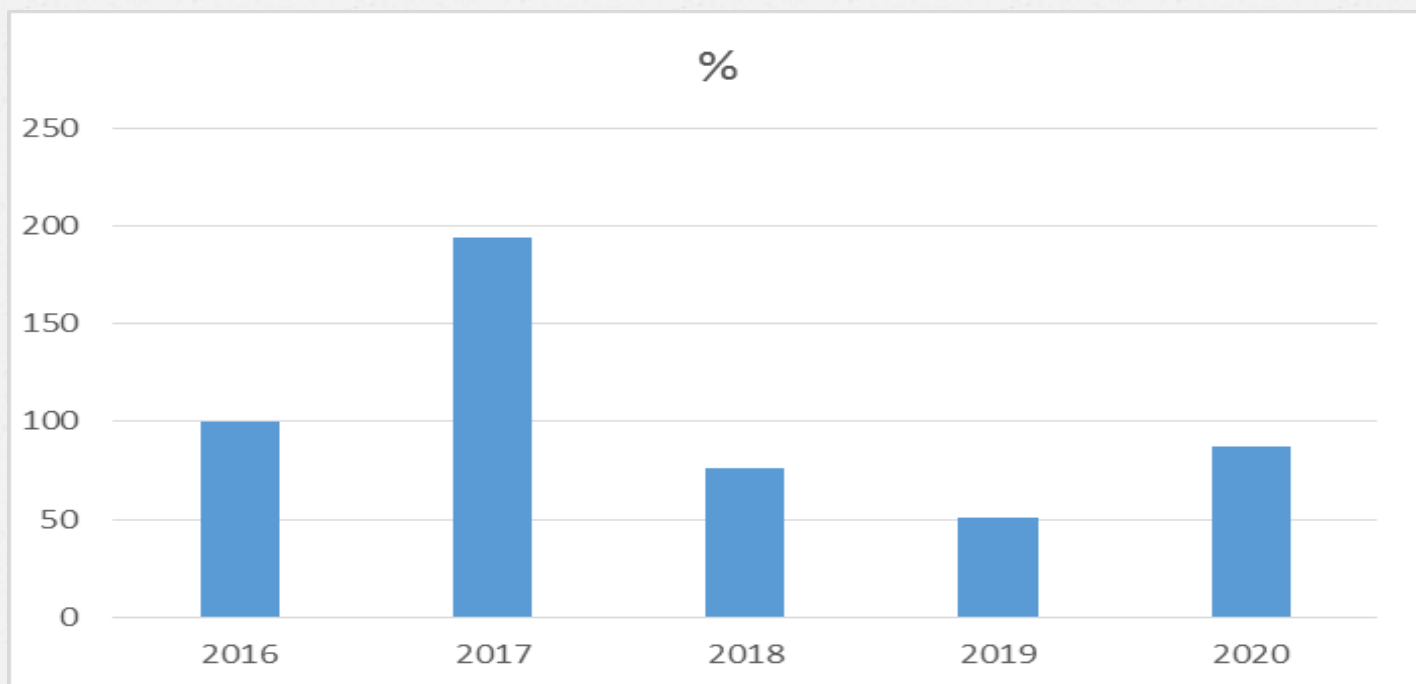
Динамика продаж за последние 5 лет



o Динамика розничных продаж



o Динамика продаж интернет-магазина



SWOT анализ

Проведенный SWOT анализ дает возможность сделать выводы:

- Компания владеет хорошей материальной базой, способствующей последующему развитию бизнеса.
- У компании достаточно высокий уровень сервиса при обслуживании потребителей – юридических лиц.
- Значительной проблемой в деятельности компании является отсутствие широкого ассортимента товаров и перебои с наличием товара в матрице. Потребителю приходится дольше ожидать поступление товара и неоднократно заниматься его выбором.
- Также влияющим фактором являются проблемы знания товара продавцами-консультантами и отсутствие системы обучения новых сотрудников.
- Неэффективная система мотивации персонала магазина влияет на удовлетворенность покупателей. Покупатели-новички могут принять решение не пользоваться услугами компании из-за недополучения информации о товаре, долгого ожидания консультантов и обслуживания. Постоянные покупатели все чаще будут обращаться к конкурентам по этим же причинам.

- o Перечисленные в SWOT-анализе возможности гарантируют постоянный спрос на поставку строительных материалов, что способствует повышению оборота, прибыли и развитию компании.
- o Угрозы бизнесу существуют не первый год и, насколько можно судить по результатам общих продаж компании даже в непростом 2020 году не мешают компании занимать свою долю в региональном рынке строительных материалов. Такое положение может продлиться достаточно долго, если не изменится положение с тремя основными влияющими факторами: высокой конкуренцией, приходом новых федеральных, а может и иностранных компаний и массовой приостановки строек жилья частными застройщиками.

Жизненный цикл компании по И. Адизесу и Л. Грейнеру

- Результаты анализа положения организации в двух методологиях позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время компании необходимо предпринимать серьезные шаги в направлении стратегии развития посредством применения современных технологий организации и управления: переход к системному менеджменту, внедрение процессного подхода, постоянному мониторингу результативности и эффективности деятельности.

Анализ внешней среды ООО «Си-Маркет»

5 сил Портера



PEST-анализ

- o Наиболее сильно негативно влияющими на деятельность компании оказывают экономические, политико-правовые и технологические факторы.
- o Политико-правовые факторы можно только учитывать, рассматривать их как риски и разрабатывать мероприятия по их предупреждению и влиянию на деятельность компании.
- o Экономические и технологические факторы можно не только учитывать в виде рисков, но понимая их значимость внедрять изменения в деятельность компании.
- o Из указанных элементов PEST анализа можем использовать в интересах развития строительство социальных объектов (продажи материалов на объекты), развитие интернет – магазина.

- o Размер рынка и отраслевое окружение: Рост размера рынка сбыта стройматериалов в Ульяновской области не наблюдается, тенденция объема сданного жилья кв.м.: 2019г 616т. 2020г 1 034т. 2021г 600т . Продажи на крупные объекты заводами материалов, которые они производят тоже не добавляет оптимизма.
- o Строительство новых социальных объектов позволяет комплектовать строительными материалами эти стройки. Рост стоимости материалов не способствует увеличению покупательского спроса, так же убыль населения негативно влияет на продажи.
- o Вместе с тем увеличиваются продажи через интернет-магазин, что заставляет стараться расширять географию поставок. В условиях высокой конкуренции, и снижения покупательской способности наша компания построила супермаркет строительных материалов для профессиональных строителей, создала систему бонусных карт, обновлен интернет-магазин, заключены договора на поставку с новыми производителями материалов.

Анализ конкурентной среды

Конкурентами являются Леруа , Мегастрой, Сарай и прочие магазины.

Анализ конкурентов показал, что компания ООО «Си-Маркет» имеет некоторые выигрышные позиции при оценке сравнительных критериев. Это:

- o Команда профессиональных сбытовиков
- o Удобство работы с компанией для клиентов
- o Консультации по дизайну (подбору соответствующих материалов для физ. лиц)

Описание инновационного проекта

Проект – строительство нового магазина розничных продаж

Основные специфические особенности нового магазина:

- o Новые демонстрационные витрины
- o Комплексный подход к продажам
- o Вариативность процесса покупки
- o Автоматизация процесса продаж
- o Демонстрационные стенды эффективных технологических решений для строительной отрасли
- o Клиентоориентированный подход к обеспечению товарами
- o Непрерывная система подготовки персонала торговых залов
- o Гибкая система оплаты для корпоративных клиентов
- o Комфортные условия доставки и отгрузки

- o В процессе реализации нового магазина планируется работать в следующих направлениях:
- o Отсутствие широкого ассортимента компенсировать постоянным наличием самого востребованного товара, причем закрывающего полностью потребность в ремонте.
- o Устранить перебои путем внедрения программы контроля.
- o Оплату поставщикам совершать по графику без отклонений для бесперебойного обеспечения материалом.
- o Еженедельно мониторить товары-индикаторы.
- o Назначить ответственного за проведение еженедельных акций для клиентов.
- o Запросить у поставщиков готовность предоставить промоутеров.
- o Еженедельно проводить тестирование сотрудников на знание материала для проверки знаний и стимулированию процесса обучения.
- o Внедрить работу с клиентами через CRM.

В дипломном проекте определены:

- o Группы товаров и товарная матрица
- o Количество и размещение торговых залов
- o Количество и расстановка персонала
- o Новая организационная структура магазина, введена новая должность администратора магазина
- o Разработана программа маркетингового продвижения
- o Определены графики работы персонала
- o Определены графики и содержание обучения персонала магазина
- o Разработаны методы мотивации и стимулирования персонала

- o Разработаны мероприятия реализации проекта
- o Проведена оценка рисков
- o Построена диаграмма Ганта с учетом контрмер по предупреждению рисков

- o Разработка и внедрения проекта занимает 2 года 7 месяцев

- Произведены расчеты инвестиционной привлекательности проекта и его экономической эффективности
- Примерно через 3 года и 4 месяца произойдет полная окупаемость инвестиций
- В первый год планируется ВП 5 200 000, второй 10 400 000руб., третий 20 800 000руб. Выход на прибыльность планируется через три года.



Спасибо за внимание!