



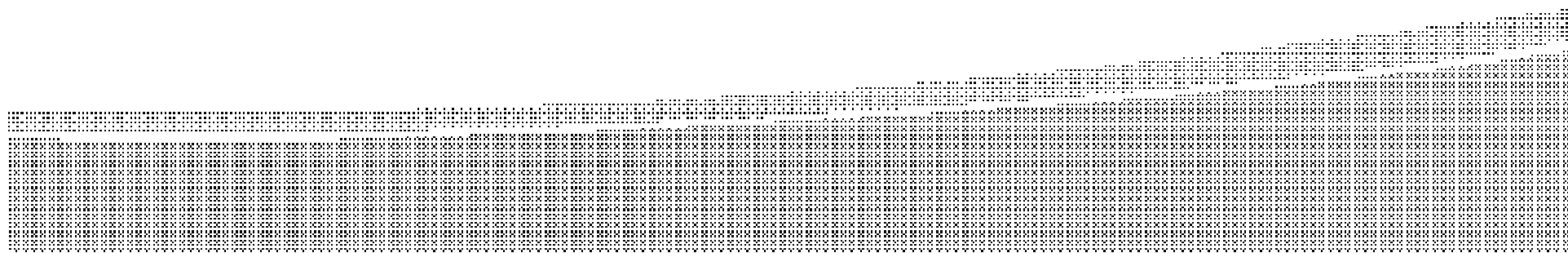
# Управление процессом продаж в оптовой торговой организации на примере ООО «Estetica»

Выполнила:

ФИО

Научный руководитель проекта:

ФИО





## ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

**Цель** – исследование процесса управления продажами в оптовой торговой организации на рынке мебели, для разработки мероприятий по совершенствованию управления продажами в ООО «Estetica».

### Задачи:

1. Выявление сущности и подходов к управлению продажами в оптовой организации;
2. Характеристика процесса управления продажами и его элементов;
3. Изучение факторов, оказывающих влияние на управление оптовой продажей;
4. Анализ видов деятельности оптовой торговой организации на рынке мебели;
5. Оценка управления продажами в ООО «Estetica»;
6. Разработка проекта по совершенствованию деятельности по управлению процессом продаж в оптовой торговой организации.



## Теоретические аспекты управления процессом продаж в оптовой торговой организации

Цели, задачи, функции управления процессом оптовых продаж:

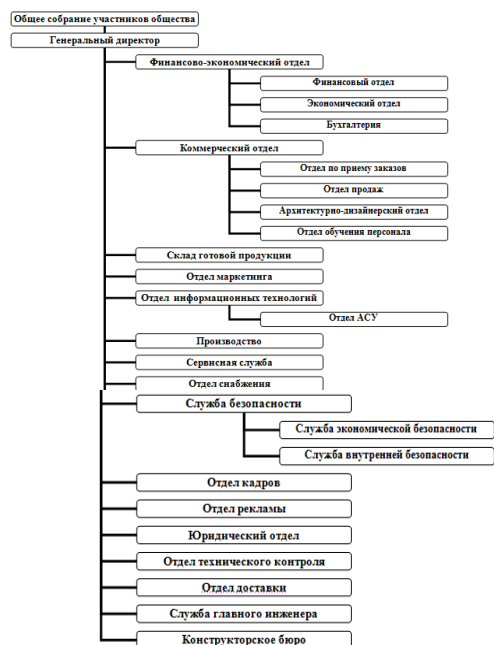
### Факторы, влияющие на управление продажами

Группа факторов	Факторы
Факторы поведенческого типа	<ul style="list-style-type: none"><li>– возрастающие ожидания потребителей;</li><li>– стремление потребителей избежать участия в переговорах между покупателем и торговым представителем;</li><li>– увеличивающаяся мощь основных покупателей;</li><li>– глобализация рынка;</li><li>– фрагментация рынков.</li></ul>
Технологические факторы	<ul style="list-style-type: none"><li>– автоматизация работы торговых представителей (портативные компьютеры и программное обеспечение, электронный обмен данными, видеоконференции через портативные компьютеры);</li><li>– виртуальные офисы торговых представителей;</li><li>– каналы продаж (интернет, покупки дома по телевизору).</li></ul>
Управленческие факторы	<ul style="list-style-type: none"><li>– прямой маркетинг (почтовая рассылка, телемаркетинг);</li><li>– слияние продаж и маркетинга (интраненты);</li><li>– квалификация потребителей для менеджеров по продажам.</li></ul>



## Анализ организационно-хозяйственной деятельности ООО «Estetica»

Характеристика организационно-правовой формы и направлений деятельности организации :



ООО «Estetica» является коммерческой независимой организацией с полным набором выполняемых функций, специализирующаяся на производстве и продаже мягкой мебели.

Основные виды деятельности: производство мебели, в том числе комплектующих к ней, как собственного производства, так и иных производителей

Согласно штатному расписанию в ООО «Estetica» штатная численность работников составляет 375 человек и 26 отделов и служб.

Организационная структура



## Анализ организационно-хозяйственной деятельности ООО «Estetica»

### Анализ конкурентоспособности организации:

#### Динамика основных экономических показателей

№ п/п	Показатели	Единица измерения	2012 год	2013 год	Темпроста, %	Откл., (+,-)
1	Оптовый оборот	тыс. руб.	1443870	1625802	112,6	181932
2	Себестоимость продаж	тыс. руб.	750812,4	666578,9	88,8	-84233,5
3	Валовая прибыль	тыс. руб.	693058	959223	138,4	266165
		% к обороту	48	59	-	11
4	Издержки обращения	тыс. руб.	38553	41463	107,5	2910
		% к обороту	2,7	2,6	-	-0,1
5	Прибыль от продаж	тыс. руб.	654505	917760	140,2	263255
		% к обороту	45,3	56,4	-	11,1
6	Внереализационные доходы и расходы	тыс. руб.	-5248	-6895	131,4	1647
7	Прочие доходы	тыс. руб.	254	253	99,6	-1
8	Прочие расходы	тыс. руб.	2456	5640	229,6	3184
9	Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	647055	905478,1	139,9	258423,1
		% к обороту	44,8	55,7	-	10,9
10	Налог на прибыль	тыс. руб.	129411	181095,6	139,9	51684,6
		% к прибыли до налогообложения	20	20	-	-
11	Чистая прибыль	тыс. руб.	517644	724382,5	139,9	206738,5
		% к обороту	35,9	44,6	-	8,7

Источник: данные бухгалтерского отчёта о финансовых результатах ООО «Estetica»



## Анализ организационно-хозяйственной деятельности ООО «Estetica»

### Анализ конкурентоспособности организации:

#### Динамика и структура товарного ассортимента в ООО «Estetica» за 2012-2013гг.

№	Наименование ассортимента	2012 год		2013 год		Темп роста, %	Отклонения, (+, -)	
		кол-во наименований	уд. вес, %	кол-во наименований	уд. вес, %		единиц	п/п %
1	Модульные диваны	145	2,37	650	8,32	448,28	505	5,95
2	Угловые диваны	897	14,66	1580	20,21	176,14	683	5,55
3	Высоковывкатные диваны	1560	25,49	1487	19,02	95,32	-73	-6,47
4	Диваны «Еврокнижка»	785	12,83	820	10,49	104,46	35	-2,34
5	Диваны для сидения	965	15,77	1020	13,05	105,70	55	-2,72
6	Кушетки	320	5,23	420	5,37	131,25	100	0,14
7	Кресла	687	11,23	860	11,00	125,18	173	-0,23
8	Кресла-кровати	325	5,31	230	2,94	70,77	-95	-2,37
9	Кресла-реклайнеры	48	0,78	354	4,53	737,50	306	3,74
10	Пуфы	340	5,56	324	4,14	95,29	-16	-1,41
11	Подушки	47	0,77	72	0,92	153,19	25	0,15
Итого по группам:		6119	100,00	7817	100,00	127,75	1698	0,00



# Анализ организационно-хозяйственной деятельности ООО «Estetica»

## Анализ конкурентоспособности организации:

### Анализ ассортимента

Результаты ABC - анализа по обороту за 2013 год

Наименование группы	Количество товарных групп, шт.	Уд. вес., %	Объем продаж, тыс.руб	Уд. вес., %
Группа А	1	18,18	564049,29	34,69
Группа В	2	36,36	648642,85	39,90
Группа С	8	45,45	413110,00	25,41
Итого:	11	100,00	1625802,14	100,00

Результаты XYZ - анализа по обороту за 2013 год

Наименование группы	Количество товарных групп, шт.	Уд. вес., %	Объем продаж, тыс.руб	Уд. вес., %
Группа X	6	54,55	1505439,26	92,60
Группа Y	5	45,45	120362,87	7,40
Группа Z	0	0,00	0,00	0,00
Итого:	11	100,00	1625802,13	100,00

Матрица совмещенного анализа ООО «Estetica»

Группа	X	Y	Z
A	Модульные диваны	-	-
B	Угловые диваны Высоковывкатные диваны		-
C	Диваны «Еврокнижка» Кушетки Кресла-реклайнеры	Кресла Диваны для сидения Кресла-кровати Пуфы Подушки	-



# Управление продажами и разработка аван-проекта по совершенствованию управления процессом продаж в оптовой организации ООО «Estetica»

## Управление оптовыми продажами в оптовой торговой организации :

### Аван-проект по внедрению дистанционной формы продажи мебели

1. Совершенствование управления оптовыми продажами в ООО «Estetica»;
2. Удовлетворение потребности потребителей мягкой мебели за счет внедрения дистанционного способа продажи;
3. Создание более конкурентоспособной системы управления оптовыми продажами.

Перечень оборудования, необходимого для организации дистанционной продажи мягкой мебели

Наименование оборудования	Цена за единицу, руб.	Кол-во, шт.	Стоимость, руб.
Фотоаппарат	15000	2	30000
Карта памяти для фотоаппарата	800	2	1600
Компьютер	32000	81	2592000
Итого:			2623600

Затраты на услуги коммуникации для обеспечения доступа к базе данных образцов мебели

Наименование затрат на услуги	Количество потребителей, шт	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Услуга телефонии	1	2100	25200
Услуга Интернет	81	45360	544320
Итого:			569520





# Управление продажами и разработка аван-проекта по совершенствованию управления процессом продаж в оптовой организации ООО «Estetica»

Управление оптовыми продажами в оптовой торговой организации :

## Проект мероприятий, необходимых для внедрения дистанционного способа продажи мебели

№	Мероприятие	Содержание	Ожидаемый результат
1	Разработка аван-проекта	Рассчитать и оценить показатели внедрения и применения дистанционного способа продажи мебели	Проект основных экономических показателей деятельности организации (оптовый оборот, валовая прибыль, прибыль от продаж и т.д.) должен превосходить показатели деятельности организации за 2013 год.
2	Разработать положение о дистанционном способе продажи мебели	Определить и утвердить алгоритм продажи образцов мебели	Обеспечить правильность оформления продажи, сокращения сроков оформления продажи представителями оптовых посредников
3	Организация базы данных мебели, находящейся в качестве образца в магазине оптового посредника	Ввести в штатное расписание коммерческого отдела должность «контент-менеджер» и «фотограф» с соответствующими должностными инструкциями. Обеспечить организацию работниками данных должностей. Обеспечить данных работников рабочим местом и материально-технической базой.	Создание и оперативный контроль базы данных мебели, которая находится на внутрикорпоративном сайте организации
4	Обеспечение всех магазинов оптовых посредников материально-технической базой	Покупка и установка компьютеров с высокоскоростным доступом в интернет-сети в каждый магазин оптового посредника	Бесперебойный доступ любому оптовому посреднику к базе данных мебели, находящейся в качестве образца в магазине любого оптового посредника

# Управление продажами и разработка аван-проекта по совершенствованию управления процессом продаж в оптовой организации ООО «Estetica»

## Управление оптовыми продажами в оптовой торговой организации:

### Разработка положения о дистанционном способе продажи мебели



- 1) Мебель находится в качестве образца в салоне 7 дней, на восьмой день она поступает в базу данных на сайт ООО «Estetica» в раздел «Мебель в наличии».
- 2) После чего продавец салона «А» имеет право продать образец салона «Б»;
- 3) Продавец салона «А» заходит на сайт ООО «Estetica» в раздел «Модели в наличии»;
- 4) Продавец салона «А» выбирает изделия по моделям в наличии на сайте и бронирует их;
- 5) Выбранные изделия демонстрируются для покупателя;
- 6) Когда покупатель определился с выбором изделия, продавец салона «А» оформляет покупку дивана на сайте, активируя поле «Купить»;
- 7) После активации поля «Купить», с остальных выбранных изделий автоматически снимается бронь и они поступают в раздел «Модели в наличии».

# Управление продажами и разработка аван-проекта по совершенствованию управления процессом продаж в оптовой организации ООО «Estetica»

## Управление оптовыми продажами в оптовой торговой организации:

### Разработка положения о дистанционном способе продажи мебели



- 1) Мебель находится в качестве образца в салоне 7 дней, на восьмой день она поступает в базу данных на сайт ООО «Estetica» в раздел «Мебель в наличии».
- 2) После чего продавец салона «А» имеет право продать образец салона «Б»;
- 3) Продавец салона «А» заходит на сайт ООО «Estetica» в раздел «Модели в наличии»;
- 4) Продавец салона «А» выбирает изделия по моделям в наличии на сайте и бронирует их;
- 5) Выбранные изделия демонстрируются для покупателя;
- 6) Когда покупатель определился с выбором изделия, продавец салона «А» оформляет покупку дивана на сайте, активируя поле «Купить»;
- 7) После активации поля «Купить», с остальных выбранных изделий автоматически снимается бронь и они поступают в раздел «Модели в наличии».



# Управление продажами и разработка аван-проекта по совершенствованию управления процессом продаж в оптовой организации ООО «Estetica»

## Оценка экономического эффекта:

### Проект основных экономических показателей деятельности ООО «Estetica»

№ п/п	Показатели	Единица измерения	2013 год	Проект 2014 год	Темп роста, %	Откл. (+, -)
1	Оптовый оборот	тыс. руб.	1625802,0	1950802,0	120,0	325000,0
2	Себестоимость продаж	тыс. руб.	666578,9	799828,9	120,0	133250,0
3	Валовая прибыль	тыс. руб.	959223,1	1150973,1	120,0	191750,0
		% к обороту	59,0	59,0	-	0,0
4	Издержки обращения	тыс. руб.	41463,0	46208,0	111,4	4745,0
		% к обороту	2,6	2,4	-	-0,2
5	Прибыль от продаж	тыс. руб.	917760,1	1104765,1	120,4	187005,0
		% к обороту	56,4	56,6	-	0,2
6	Прибыль доналогообложения	тыс. руб.	917760,1	1104765,1	120,4	187005,0
		% к обороту	56,4	56,6	-	0,2
7	Налог на прибыль	тыс. руб.	183520,2	220953,0	120,4	37432,8
		% к прибыли до налогообложения	20,0	20,0	-	-
8	Чистая прибыль	тыс. руб.	734080,9	883812,1	120,4	149731,2
		% к обороту	45,2	45,3	-	0,1

Источник: собственная разработка



# Управление процессом продаж в оптовой торговой организации на примере ООО «Estetica»

Спасибо за внимание!

