



Единый центр
управления бизнесом
для FMCG-производителя

СОДЕРЖАНИЕ

- Эффекты от внедрения решения 4
- Совершенствование процессов продаж 6
 - Управление процессами трейд-маркетинга 7
 - Управление торговой командой и взаимоотношениями с дистрибуторами..... 9
 - Online-продажи через сеть дистрибьюторов..... 11
 - Централизация процесса управления продажами 13
- Управление ключевыми бизнес-процессами предприятия.....14
- Планирование продаж и операций – S&OP17
- Построение отчетности для принятия решений..... 18
- Преимущества работы с Odyssey Consulting Group 19
- Поддержка решения..... 20

В эпоху быстрых и постоянных изменений в цепочках поставок и изменчивого потребительского спроса, FMCG-производители сталкиваются с необходимостью ускорения и оптимизации управления продажами и продуктовой стратегией. С учетом текущего тренда на сокращение доходов населения, потребители с большей осторожностью принимают решения о покупках, а также стремятся снизить затраты на привычную им потребительскую корзину. Это усиливает ценовую конкуренцию внутри продуктовых сегментов, что в свою очередь требует от производителей большей гибкости процессов управления акционными продажами, планирования промо, а также управления производственной и логистической себестоимостью.



Учитывая, что в B2B-сегменте ключевыми клиентами являются сетевой и несетевой ретейл, horeca, перед современным производителем FMCG стоит необходимость успешного решения следующих задач:

- Оптимизация сводного производственного планирования;
- Обеспечение исполнения плановых дат отгрузок;
- Прогнозирование спроса и объёма отгрузок;
- Управление качеством;
- Наличие товара на складах клиентов;
- Получение и обработка оперативной обратной связи по реализуемой стратегии продаж.

Эксперты Odyssey Consulting Group предлагают услуги по построению интегрированного решения, позволяющего FMCG-производителям оперативно отслеживать и адаптироваться к изменениям рыночной конъюнктуры.

Внедрение комплексного решения от Odyssey Consulting Group для управления FMCG бизнесом позволит решить следующие задачи:

Для собственника бизнеса:



1. Отслеживание выполнения стратегических целей компании
2. Информированность о капиталоемкости утвержденных сценариев с возможностью анализа по отклонениям
3. Анализ необходимой информации для успешного инвестирования.

Для директора по производству:



1. Построение выполнимого плана производства
2. Обеспечение своевременной поставки необходимого объема сырья и материалов
3. Обеспечение доступности производственного оборудования
4. Оптимизация загрузки производственных мощностей
5. Снижение брака, пересортицы, выпуска товаров на склад

Для финансового директора:



1. Повышение прозрачности и управляемости производственной себестоимости
2. Отслеживание показателей маржинальности по продуктам и каналам продаж
3. Построение обоснованного P&L
4. Получение контроля лимитов расходования денежных средств
5. Повышение предсказуемости выполнения выбранного финансового сценария

Для директора по маркетингу



1. Планирование и контроль исполнения маркетинговых бюджетов
2. Контроль маркетинговых мероприятий и выполнения промо-плана
3. Управление процессом разработки и вывода на рынок новых продуктов
4. Сокращение цикла планирования / перепланирования и согласования маркетинговых активностей

Для коммерческого директора



1. Прозрачное планирование продаж top-down & bottom-up
2. Синхронизация с процессом промо-планирования
3. Оперативное перепланирование и согласование коммерческих условий
4. Обеспечение высокого уровня клиентского сервиса
5. Управление маржинальностью по продуктам и каналам продаж
6. Создание условий для нахождения дополнительных источников маржинальности

Для дистрибьютора



1. Планирование закупок и контроль собственных продаж
2. Увеличение выручки за счет on-line продаж.
3. Расширение клиентской базы.
4. Закупки у поставщика в on-line режиме.
5. Отчетность по продажам клиентам.
6. Уменьшение затрат на разработку сайта и торговые площади.

Эксперты Odyssey Consulting Group предлагают интегрированное решение для FMCG-производителей

01

Совершенствование процессов продаж

[Перейти на раздел](#) →

02

Управление ключевыми бизнес-процессами предприятия

[Перейти на раздел](#) →

03

Планирование продаж и операций – S&OP

[Перейти на раздел](#) →

04

Построение отчетности для принятия решений

[Перейти на раздел](#) →

01

Совершенствование процессов продаж

Эксперты Odyssey Consulting Group отмечают четыре приоритетных области управления продажами, развитие которых позволит добиться роста продаж производителей FMCG в оперативной и долгосрочной перспективе:

Управление процессами
трейд-маркетинга

[Перейти](#) →

Управление торговой командой и
взаимоотношениями с дистрибуторами

[Перейти](#) →

Online-продажи через сеть
дистрибьюторов

[Перейти](#) →

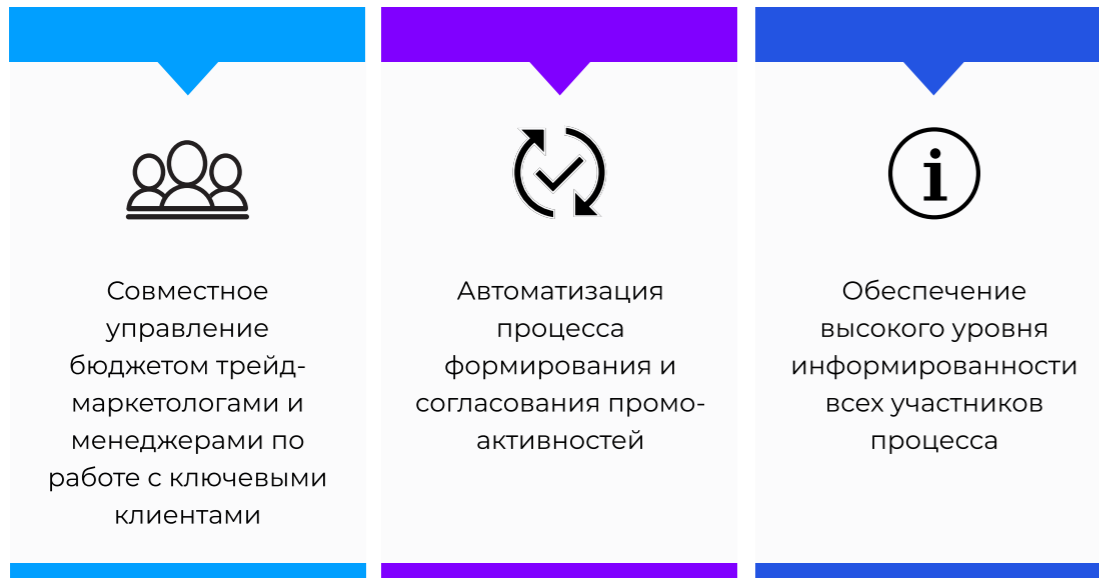
Централизация процесса
управления продажами

[Перейти](#) →

Рассмотрим направления более подробно

Управление процессами трейд-маркетинга

Мы предлагаем трансформировать подход к трейд-маркетингу:



Преимущества подхода

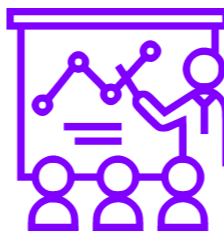
- Повышение скорости формирования гипотез о необходимых промо-активностях на местах. Оптимизация распределения промо-бюджета для достижения объемных и маржинальных целей по каждому SKU.
- Заложенный математический аппарат и возможность визуализации результатов анализа гипотез, позволяет менеджеру наглядно оценить фактические продажи по различным параметрам, таким как территории, сети, форматы и точки продаж, с учетом брендов и SKU.
- FMCG-производитель получает унифицированное окно для планирования, согласования и распределения промо-бюджетов, что позволяет быстро корректировать промо-планы и оценивать эффективность ожидаемых изменений в контексте операционных и стратегических целей компании.

Пример:



01

Торговая команда получила информацию о промо-акции конкурента в одной из торговых точек.



02

Благодаря SFA-решению, менеджер по работе с ключевыми клиентами оперативно получает детальную информацию о полке, позициях и скидках конкурента от торговой команды. Это позволяет разработать эффективный ответ для сохранения доли рынка, достижения целей по объему продаж и прибыли, учитывая возможную канибализацию в будущем.



03

Чтобы смоделировать ситуацию и сделать прогноз по ключевым параметрам, менеджер использует решение Odyssey Consulting Group.



04

Подтвердив гипотезу, менеджер может быстро перераспределить бюджет, запустив соответствующие процессы согласования.

Управление торговой командой и взаимоотношениями с дистрибуторами

Для эффективной работы важно держать фокус на трех ключевых направлениях:

Управление дистрибуторской сетью:

Необходимо иметь полное представление о структуре отношений с дистрибуторами, клиентами и их торговыми точками, условиях торговых соглашений, факторах роста и команде обслуживания торговых точек.

Важно обладать актуальными данными о продажах, остатках товаров на всех уровнях дистрибуции и уметь сопоставлять эту информацию с планами, учитывая математические модели для определения заказов.

Поддержка процесса продаж через группу телесейлзов:

Увеличить охват территории и частоту коммуникаций, чтобы повысить лояльность клиентов, оптимизировать логистические затраты торговой команды и обеспечить защиту мобильной команды в случае форс-мажорных обстоятельств, необходимо обеспечить дистанционное или частично дистанционное взаимодействие.



Непрерывный мониторинг торговой команды:

1. Управление маршрутами и оптимизацией расписания.
2. Для детализации KPI и задач до уровня конкретной торговой точки необходимо создать конфигурируемые сценарии, которые учитывают параметры торговой точки, такие как: история визитов и отгрузок, MML-матрицы и другие стандарты мерчандайзинга. Обновление и детализация сценариев должны происходить непосредственно во время визита, учитывая предыдущие результаты и цели каждого торгового представителя.
3. Быстрый доступ к базе данных клиентов с возможностью отмечать выполненные и новые задачи
 - посмотреть информацию об истории отгрузок, остатках и доступных промо-акциях для торговой точки;
 - на основе рекомендованных позиций быстро оформить заказ вручную или сформировать его на основе рекомендованного;
 - провести мониторинг полочного пространства с автоматическим заполнением данных с помощью механизмов распознавания фото;
 - провести аудит торгового оборудования и сформировать заказ-наряд на ремонт или замену;
 - провести опрос удовлетворенности клиента
 - иметь доступ к демо или описаниям доступных POS-материалов прямо с мобильного устройства.



Online-продажи через сеть дистрибьюторов

Одним из способов повышения продаж для FMCG производителя является внедрение инструментов продаж товаров через интернет-канал с использованием сети дистрибьюторов.

Online-продажи через сеть дистрибьюторов создают ряд преимуществ для всех участников рынка:

Что получает клиент:

- Заказ товара online в своем регионе по индивидуальным условиям;
- Рекомендации от производителя (опыт);
- Личный кабинет (статус заказа, баланс, история заказов, контроль доставки);
- Широкий ассортимент товаров и возможность покупки в одном месте.

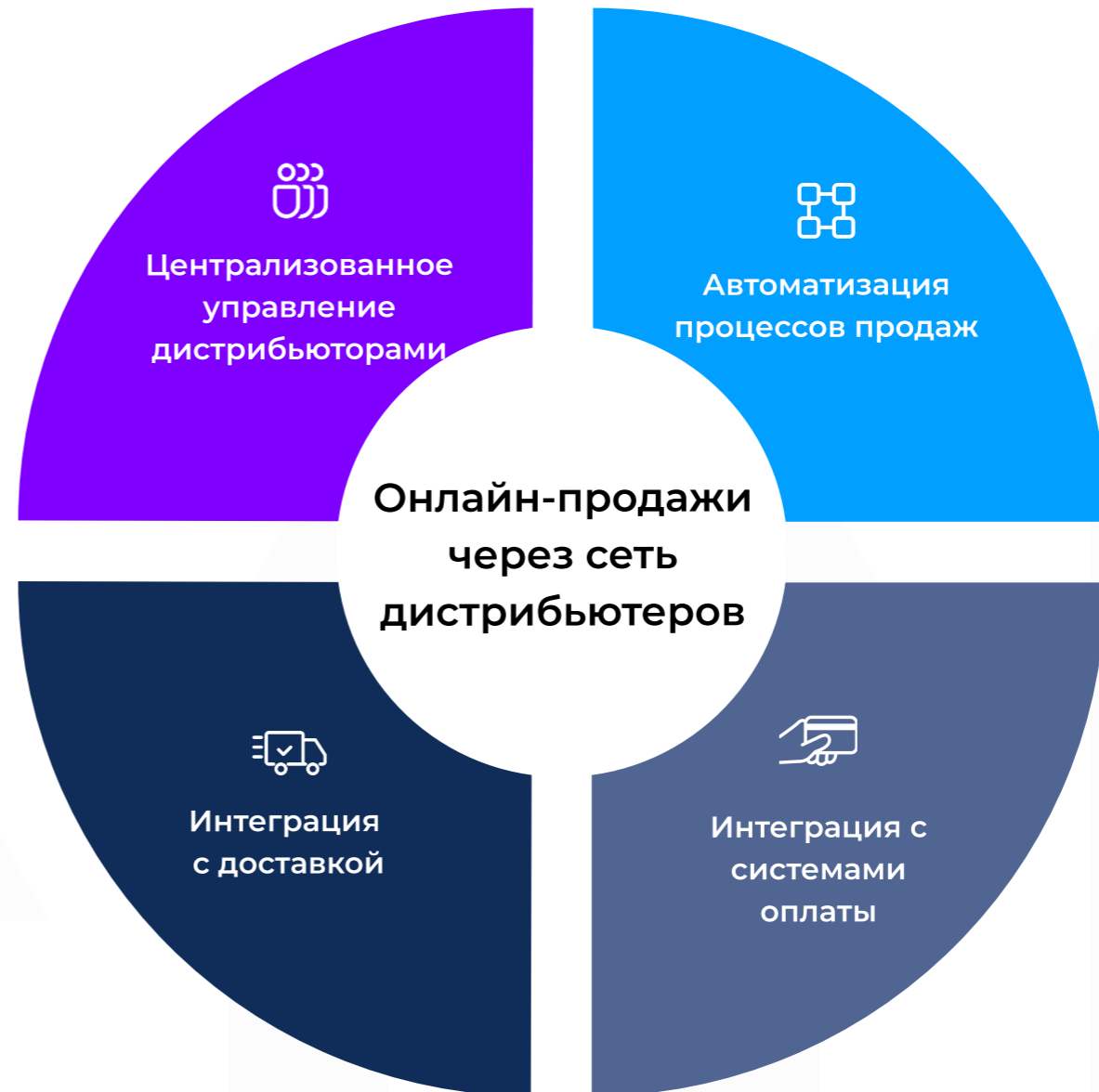
Что получает производитель:

- Увеличение объема продаж дистрибьюторам за счет увеличения географии продаж;
- Сокращение затрат на торговых представителей за счет онлайн закупок;
- Увеличение сети торговых представителей;
- Стимулирование дистрибьюторов с помощью системы лояльности, индивидуальных торговых условий и дополнительных скидок;
- Повышение лояльности торговых точек;
- Ответность по продажам дистрибьюторам.

Что получает дистрибьютор:

- Планирование закупок и контроль собственных продаж;
- Увеличение выручки за счет online продаж;
- Расширение клиентской базы;
- Закупка у поставщика в онлайн режиме;
- Ответность по продажам клиентам;
- Уменьшение затрат на разработку сайта и торговые площади.

Для производителя, стремящегося расширить онлайн-продажи через свою сеть дистрибьюторов необходима унифицированная платформа, которая предоставит централизованное управление дистрибьюторами, автоматизацию процессов продаж, интеграцию с доставкой и различными системами оплаты.



Централизация процесса управления продажами

Управляемость процесса продаж обеспечивается созданием двухуровневой системы:

Стратегический уровень:

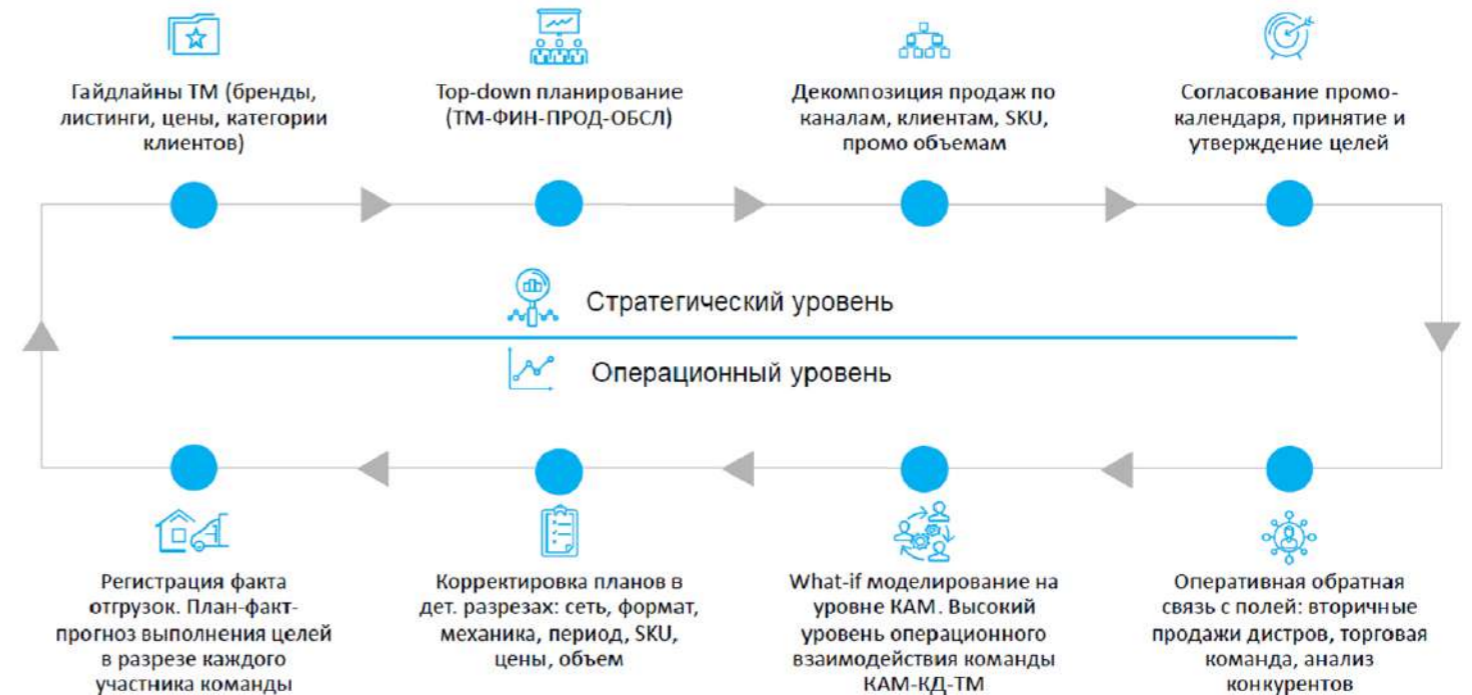
- Целевые бизнес-показатели;
- Стратегия работы с торговыми марками: запуск новых направлений, делистинг существующих позиций, анализ эффективности на основе lookalike-моделирования;
- P&L-планирование и декомпозиция продаж;
- Согласование статей распределения трейд-маркетингового бюджета с доступной визуализацией в виде общего промо-календаря.

Как усовершенствовать подход к процессу продаж?

[Получить консультацию](#)

Оперативный уровень

Способность быстро адаптироваться к изменениям рынка



Вышеописанный подход к планированию продаж, применяемый с ежемесячной периодичностью, позволяет учитывать такие внешние и внутренние факторы, как: активность конкурентов, перебои в поставках, выход из строя производственных линий и пр., а также выявлять их влияние на оперативные показатели продаж. Это создаёт возможность для менеджмента оперативно подготовить план мероприятий по корректировке методов работы для достижения плановых KPI.

02

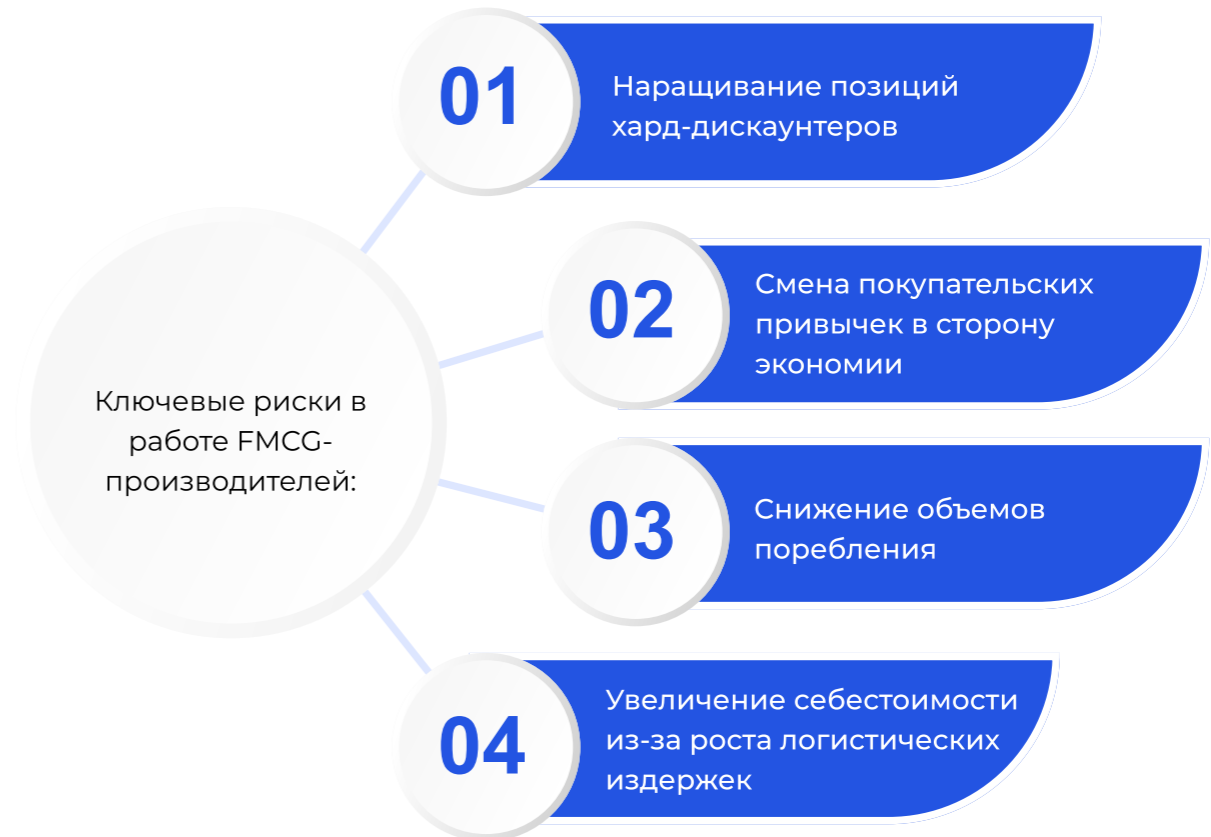
Управление ключевыми бизнес-процессами предприятия

Актуальные параметры для анализа и управления:

Мониторинг активности ключевых игроков рынка показывает, что несмотря на значительное влияние внешних факторов на конъюнктуру бизнеса, неизменными остаются задачи по:

- удержанию и наращиванию доли рынка
- построению оптимальных производственных сценариев
- формулированию выгодного ценового предложения
- оптимизация портфеля ключевых клиентов и партнеров

Актуальные риски для производителей FMCG



Внедрение системы ERP совместно с Odyssey Consulting Group позволит решить следующие задачи:



Подбор поставщиков, их оценка и ранжирование



Организация складской и транспортной логистики: соблюдение условий хранения и транспортировки, оптимизация маршрутов и замена в случае выхода ТС из строя



Управление клиентскими заказами: работа с приоритетами, включение внеплановых заказов для оптимизации выполнения обязательств



Управление рецептурой и упаковкой



Управление производством: контроль качества, соблюдение технологических карт, прогнозирование и переориентация товара в другие категории в зависимости от отклонений в процессе производства



Управление себестоимостью производства: попередельный учет, планирование рентабельности до выпуска продукции на рынок



Финансовый анализ работы предприятия

Актуальные параметры для анализа и управления в рамках контура ERP:

- сроки и стоимость поставок сырья с учетом волатильности сырьевого рынка,
- производственная себестоимость и её снижения
- баланс загрузки существующего оборудования и необходимости ввода дополнительных основных фондов,
- скорость вывода на рынок новых брендов и SKU,
- актуальность реализуемых сценариев продаж,
- гибкость работы с прайс-листами, маржинальность в работе клиентами по всем каналам продаж.

Функционал современной ERP-системы должен позволить решать специфические задачи в FMCG-производстве:

Работа с каналами продаж.

Контроль эффективности и целесообразности работы по каждому из каналов продаж позволяет максимально целесообразно распределить финансирование между направлениями деятельности компании. Система ERP должна содержать удобные инструменты для оценки маржинальности при работе с каждым клиентом, а также позволять принимать решения о перспективности такой работы.

Вывод на рынок новых продуктов.

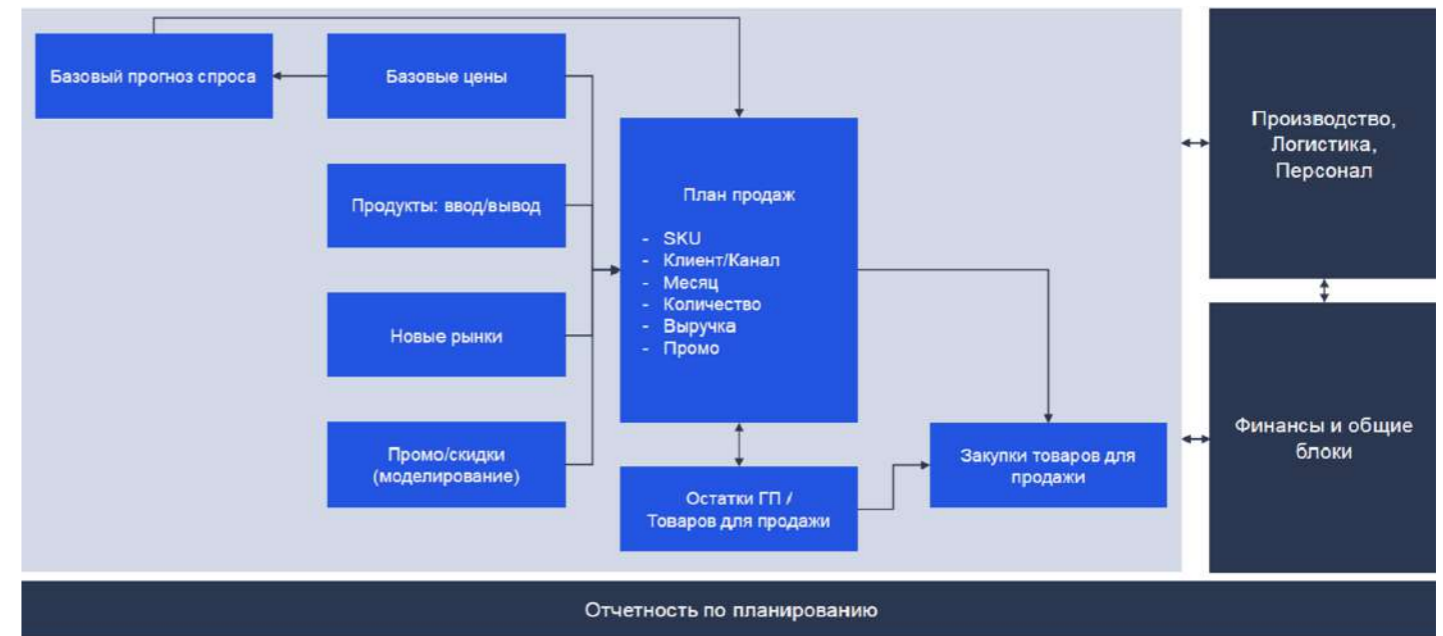
Наличие централизованного, понятного и исполняемого всеми подразделениями процесса разработки и вывода новых продуктов на рынок имеет критическое значение для современного производителя FMCG. Автоматизация данного сквозного бизнес-процесса способствует ускорению вывода на рынок продуктов, создающих необходимое конкурентное преимущество внутри товарных категорий, что способствует достижению поставленных целей по плановым объемам производства и продаж, выручке и маржинальности.

03

Планирование продаж и операций – S&OP

Для эффективного стратегического планирования в компании рекомендуется использовать концепцию планирования продаж и операций (S&OP), интегрируя ее с операционными процессами.

Integrated Business Planning



Таким образом, используя прогноз спроса в качестве отправной точки, компания получает возможность стратегического планирования всех ресурсов и непрерывного мониторинга выполнения плана на ежедневной основе, гибко корректируя его в соответствии с производственными потребностями или изменениями в спросе.

04

Построение отчетности для принятия решений

Гибкая система отчетности упрощает принятие управленческих решений по следующим направлениям:

- Объективное определение эффективных каналов продаж
- Определение приоритетов по регионам и рынкам сбыта, Разработка стратегии работы с ключевыми клиентами в разрезе брендов, категорий товаров и т.п.
- Вывод новых продуктов на рынок
- Эффективное управление командой продаж
- Оценка эффективности промо-акций
- И прочее

Внедрение аналитических инструментов в связке с правильно выстроенными процессами ERP и S&OP позволяет:

- Осуществлять план-фактный анализ в связке с KPI
- Определять влияние различных факторов на ключевые показатели работы компании
- Принимать оперативные управленческие решения в части калибровки планов продаж и производства
- Повысить эффективность процесса бюджетирования по направлениям: закупки, продажи, производство, логистика

Преимущества работы с Odyssey Consulting Group

Опытные консультанты

Odyssey Consulting Group уже больше 26 лет реализует проекты по цифровой трансформации компаний крупного и среднего бизнеса в России, странах СНГ, Ближнего Востока и Азии. Мы внедряем лучшие международные и отечественные практики бизнеса и применяем избранные ИТ-решения для автоматизации компаний.

Отраслевая экспертиза

Мы обладаем многолетней экспертизой внедрения ИТ-систем в различных отраслях экономики:

- Производство товаров повседневного спроса
- Ритейл
- E-commerce
- Логистика и дистрибуция
- Финансовая сфера
- Легкая промышленность

Интегративный подход




Эксперты Odyssey Consulting Group совершенствуют отдельные процессы как части единой бизнес-системы. Наша цель – создать оптимальную систему функционирования всей компании, наладив точно бизнес-процессы в каждом направлении и автоматизировав их.



Odyssey Care

Поддержка Odyssey Care — эффективные решения по администрированию, развитию ИТ-инфраструктуры и бизнес-приложений с учетом индивидуальных потребностей вашего бизнеса.

Преимущества Odyssey Care:

-  Качественный сервис
-  Единая команда экспертов
-  Предсказуемые и прозрачные расходы

[Узнать подробнее](#)

 S&D SUCDEN

 AGRIC SA






 JAPONICA



Мультиоблачная инфраструктура и поддержка

Odyssey Consulting Group, сотрудничая с ведущими облачными провайдерами России и Европы, объединяет передовые практики и технологии, включая мультиоблачное георезервирование, резервное копирование между облаками и постоянный мониторинг безопасности.

Преимущества:

-  Надёжность
-  Производительность
-  Безопасность
-  Большой опыт поддержки мультивендорных облачных решений
-  Гибкая ценовая политика

[Узнать подробнее](#)

 L'OCCITANE
EN PROVENCE

 ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО
парфюмерный супермаркет

 OBI



Odyssey Consulting Group — ваш надежный партнер по цифровой трансформации

Записаться

Запишитесь на бесплатную консультацию

Columbus →  ODYSSEY
Consulting Group

Компания Odyssey Consulting Group [является приемником Columbus East](#) на рынках России, СНГ, Ближнего Востока и Средней Азии.

- 📍 Москва, Пресненская наб., Д. 12, БЦ «Башня Федерация Восток», 63 этаж, офис 10
- 📍 Санкт-Петербург, Литейный пр. Д. 26А, БЦ «Преображенский двор», офис 423
- 📍 Нижний Новгород, ул. Пискунова 29, БЦ «Приволжье», 6 этаж, офис 68
- 📍 Новосибирск, ул. Большевикская, д 101
- 📍 Алматы, мкр. Курылысшы, ул. Ырысты, д. 15, +7 (727) 397-90-63

☎ [+7 \(495\) 369-67-69](tel:+74953696769)

✉ sales@odysseyconsgroup.com

🌐 www.odysseyconsgroup.com