

Федеральное государственное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

# Объект исследования

Название предприятия:

- ООО «Ермолинские полуфабрикаты»

Область деятельности:

- рынок потребительских товаров

Основной вид деятельности:

- реализация продуктов питания глубокой заморозки (полуфабрикатов) через фирменную

Положение на рынке г. Красноярска:

- с 2006г. один из крупнейших поставщиков продуктов питания глубокой заморозки в г. Красноярске

# Цель и задачи исследования

## Цель исследования сбытовой политики:

- обеспечение увеличения выручки ООО «Ермолинские полуфабрикаты» за счет разработки мероприятий по повышению эффективности сбытовой политики

## Задачи исследования:

- обозначить цели и задачи стимулирования сбыта на предприятии
- выбрать необходимые методы и средства стимулирования в соответствии с поставленной целью
- разработать мероприятия по повышению эффективности сбытовой политики.

# Основные конкуренты



Рисунок 1 – Структура рынка замороженных полуфабрикатов в г.Красноярске

# Динамика выручки в 2006-2008гг

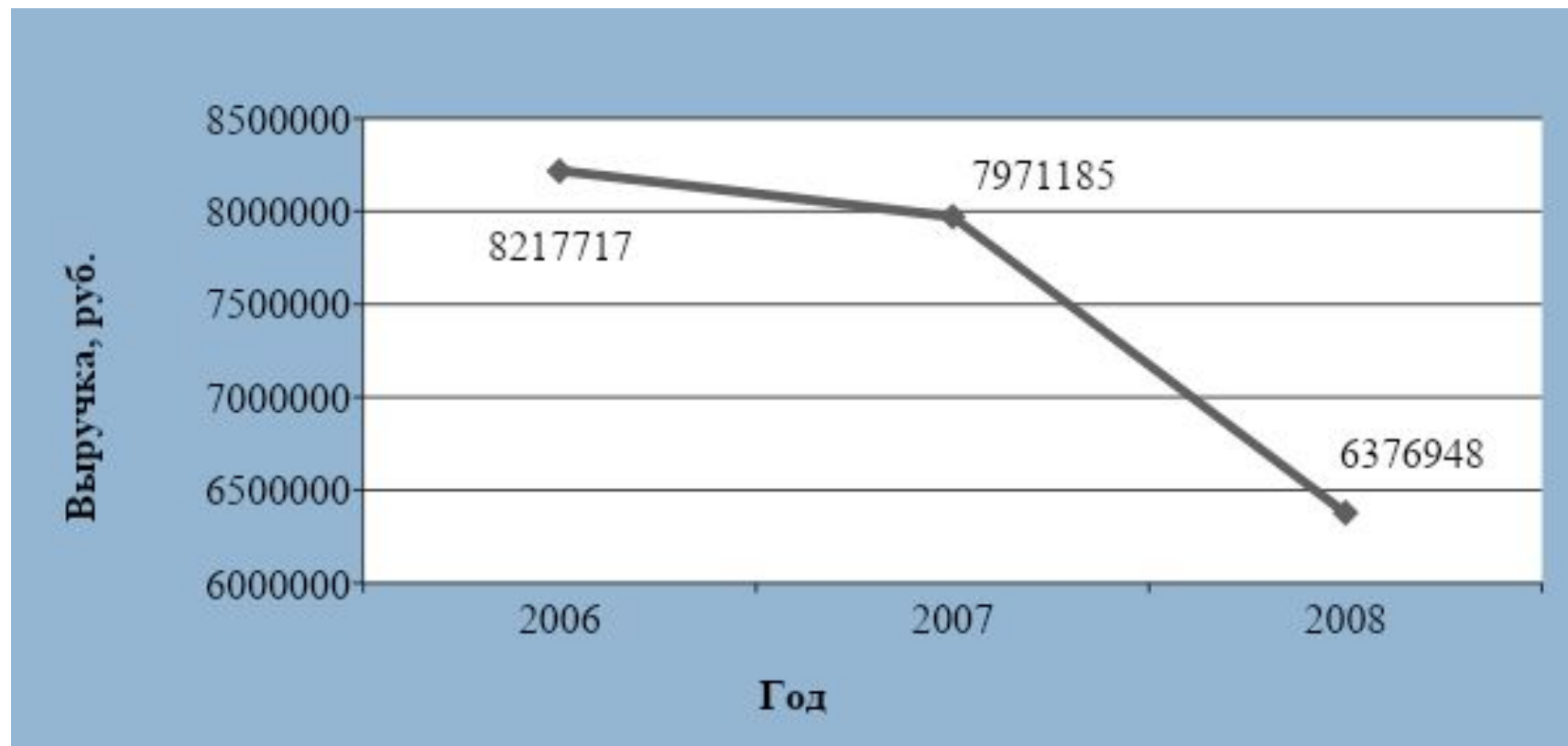


Рисунок 2 – Динамика выручки ООО «Ермолинские полуфабрикаты»

# Сегментация потребителей



Рисунок 3 – Сегментация покупателей ООО «Ермолинские полуфабрикаты»

# Определение целевого сегмента

- Покупатели:
  - 79% - физические лица
  - 21% - юридические лица
- Периодичность закупок:
  - 52% - постоянные
  - 38% - периодические
  - 10% - разовые
- Целевой сегмент:
  - физические лица с постоянной периодичностью закупок

Рисунок 4 – Определение целевого сегмента

# Сбытовая политика предприятия

- Средства стимулирования продаж, используемые ООО «Ермолинские полуфабрикаты»
  - Стимулирование покупателей
    - оформление мест продаж (фирменной розничной сети магазинов)
- Стимулирование персонала
  - премии к зарплате при выполнении годовых показателей
  - премии за перевыполнение показателей в период спада продаж
- Стимулирование посредников
  - отсутствует

Рисунок 5 - Средства стимулирования продаж предприятия



# Предложения и рекомендации

## Стимулирование покупателей

- скидки в цене при покупке на крупную сумму денег
- дегустации продукции в местах продаж
- предложение прямой премии с привлечением торговой точки (в дополнении к покупке товара, покупатель должен сделать другие покупки на определенную сумму)
- проведение ярмарок и выставок-продаж

## Стимулирование персонала

- организация конкурса «Лучший сотрудник месяца» (каждый месяц по результатам отчетов о проделанной работе выбирается лучший сотрудник, который получает вознаграждение)