

**ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ВОЗДЕЙСТВИЙ  
НА РОСТ МАРЖИНАЛЬНОСТИ АПТЕЧНОГО  
ПУНКТА «ДОБРОМЕД» №18**

**Старший провизор : Белозерова И.В**

## **ОБОСНОВАНИЕ ВЫБОРА АО:**

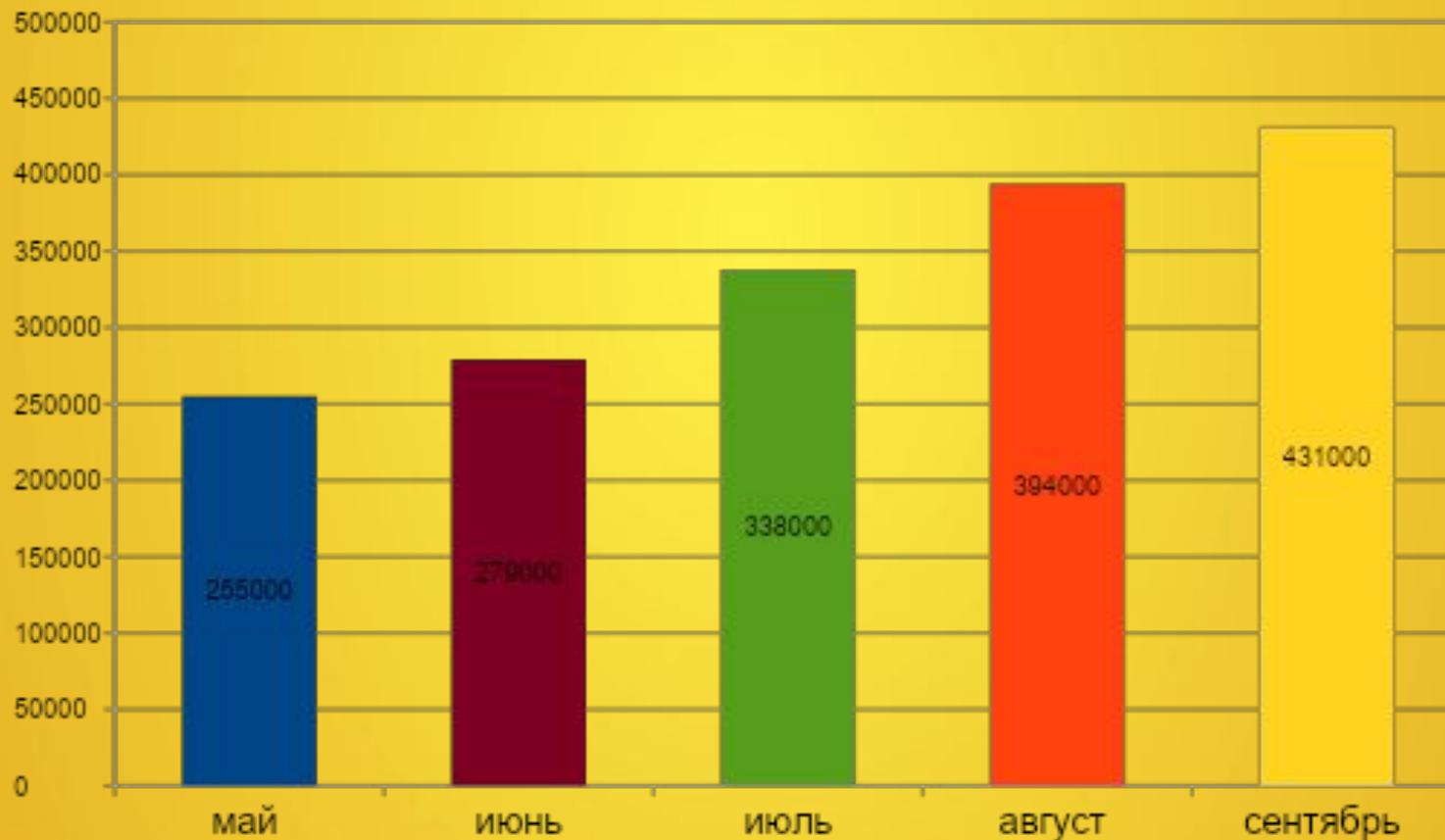
- -Увеличение маржинальной прибыли**
- -Положительная динамика в выполнении плановых показателей в следствии грамотного управленческого воздействия**

# **Обоснование выбора и практическая реализация управленческих воздействий**

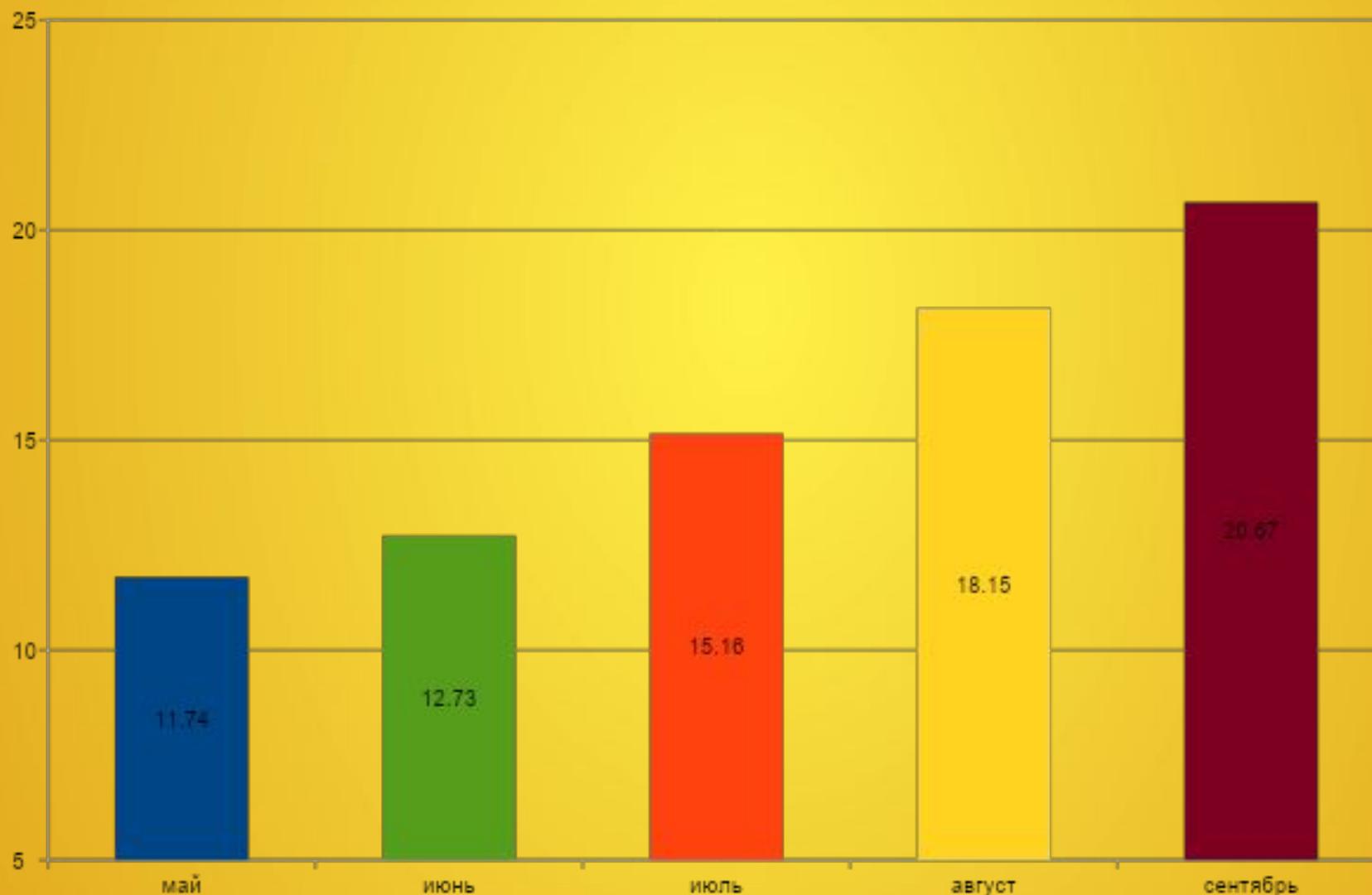
- Установление индивидуальных планов по ключевым экономическим показателям : по стм , устм, выручка,счп в чеке**
- Установление форм отчетности для АО ,совместный анализ предоставленных отчетов с ЗАО.**
- Контроль за соблюдением стандартов обслуживания, с целью повышения лояльности клиентов**
- Контроль за конкурентным окружением**
- Определение мотивационного профиля сотрудников АО, для выполнения поставленных задач**

# Динамика роста суммы продаж СТМ

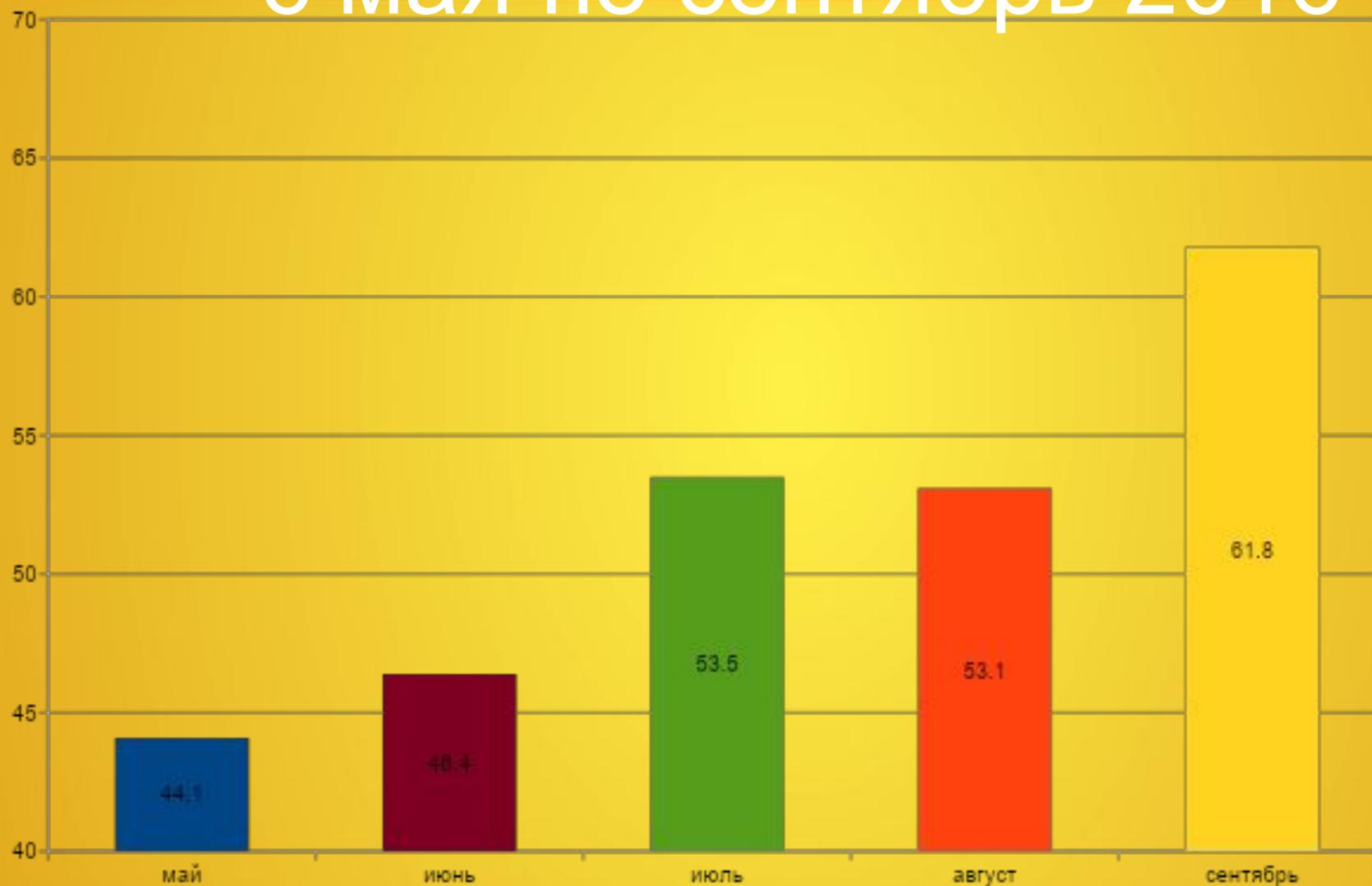
с мая по сентябрь 2016



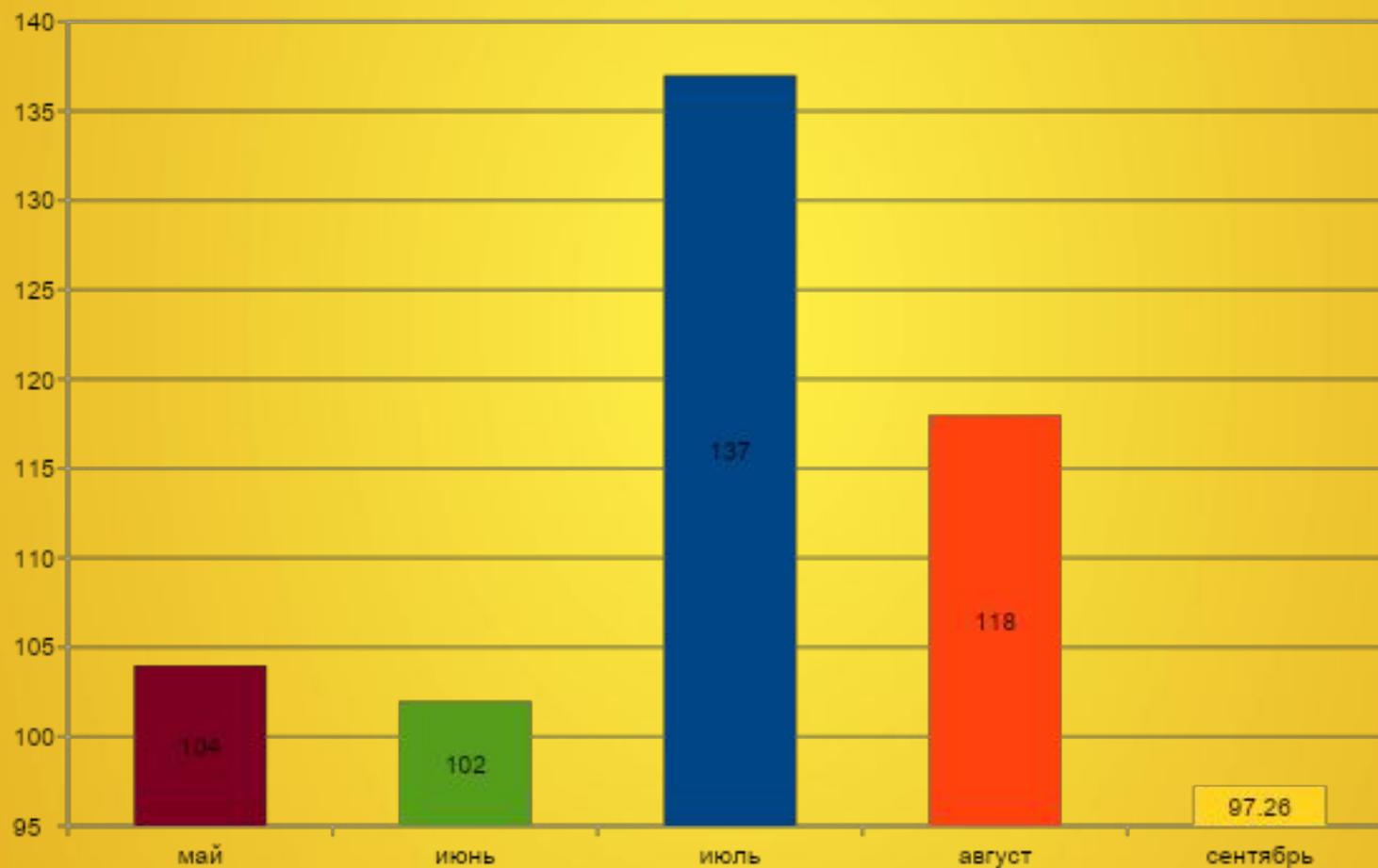
# Динамика роста доли СТМ в общих продажах за период с мая по сентябрь 2016



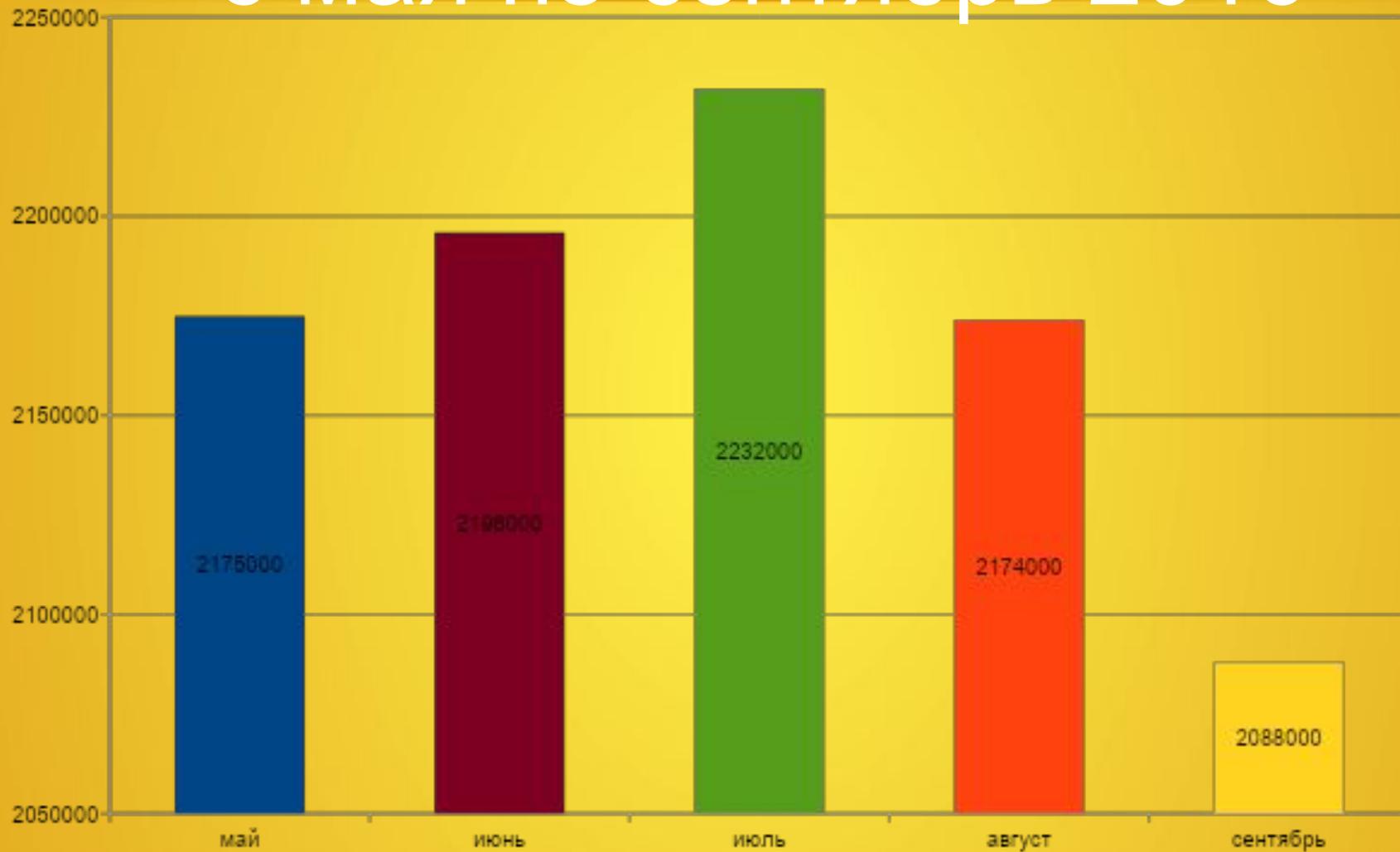
# Динамика роста ССОУ СТМ с мая по сентябрь 2016



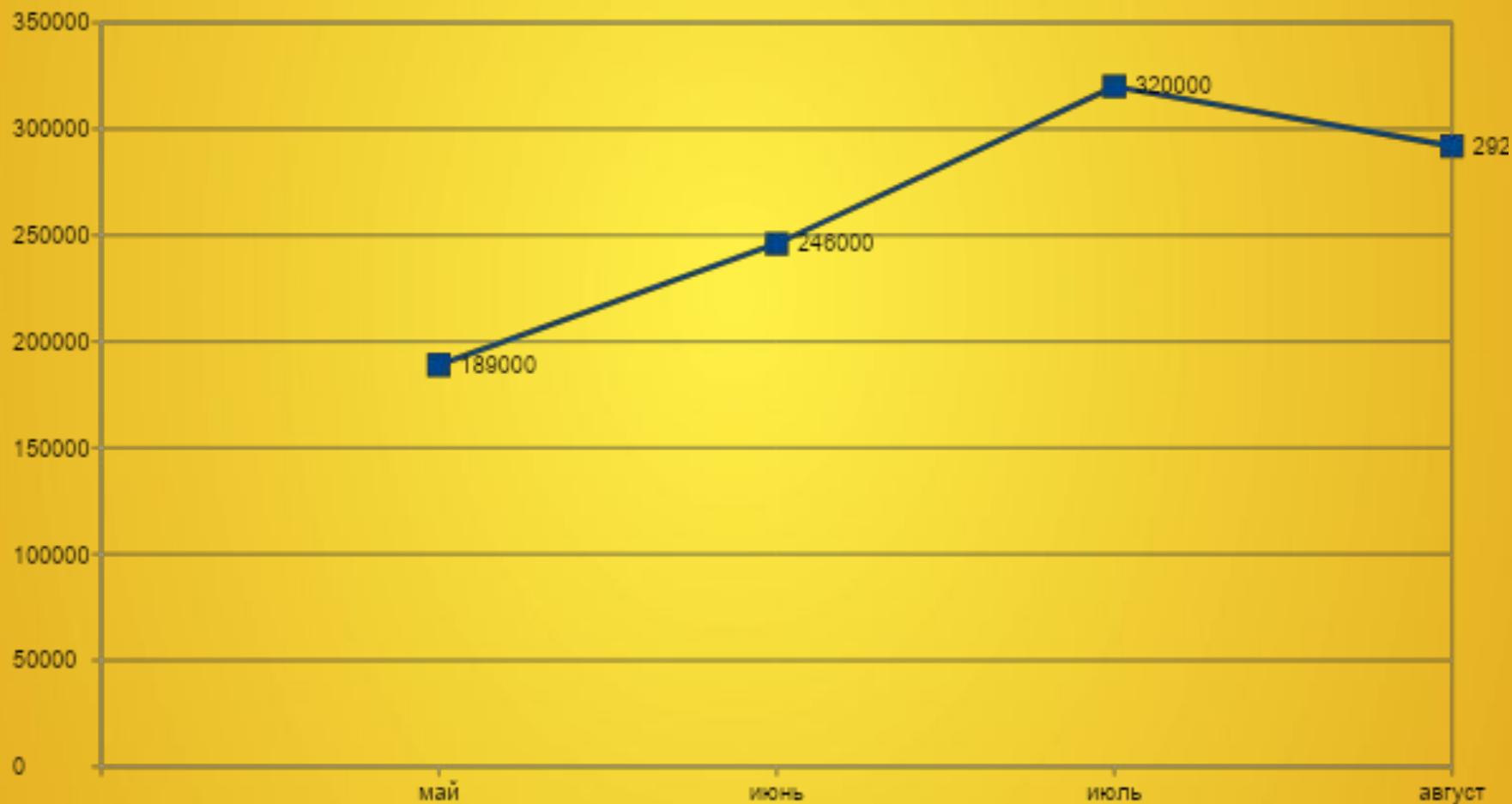
# Динамика выполнения ГП / УСТМ с мая по сентябрь 2016



# Динамика товарооборота с мая по сентябрь 2016



# Маржинальная прибыль с мая по сентябрь 2016



# Описание роли СП в повышении эффективности АО

- Установление индивидуальных планов по стм, устм , ссоу , счп, выручка
- Контроль за выполнением ежемесячных планов продаж высокодоходных товаров ( по стм, устм , приоритетных товаров и плана по выручке)
- Контроль за ежедневным обучением товаров стм , устм, знание рекламных акций
- Аудионаблюдение за работой СПС

# **План внедрения наиболее успешных механизмов в другие АО**

- Достижение показателей по ссоу, стм, устм, счп в чеке , путем изучения дорогостоящих позиций стм ,устм ,отработка навыков их продаж**
- Контроль за соблюдением стандартов обслуживания и выполнения производственных показателей**
- Отработка технологии продаж , реализация на практике расширения покупки**

**Спасибо за внимание**