



FOCUS ON CORE

Jak zwiększyć SPRZEDAŻ dzięki KONCENTRACJI DZIAŁAŃ ?

dla

Inicjatywa Firm Rodzinnych



27.01.2021



Różne poziomy różnorodności

Prosty



Skomplikowany



Kompleksowy

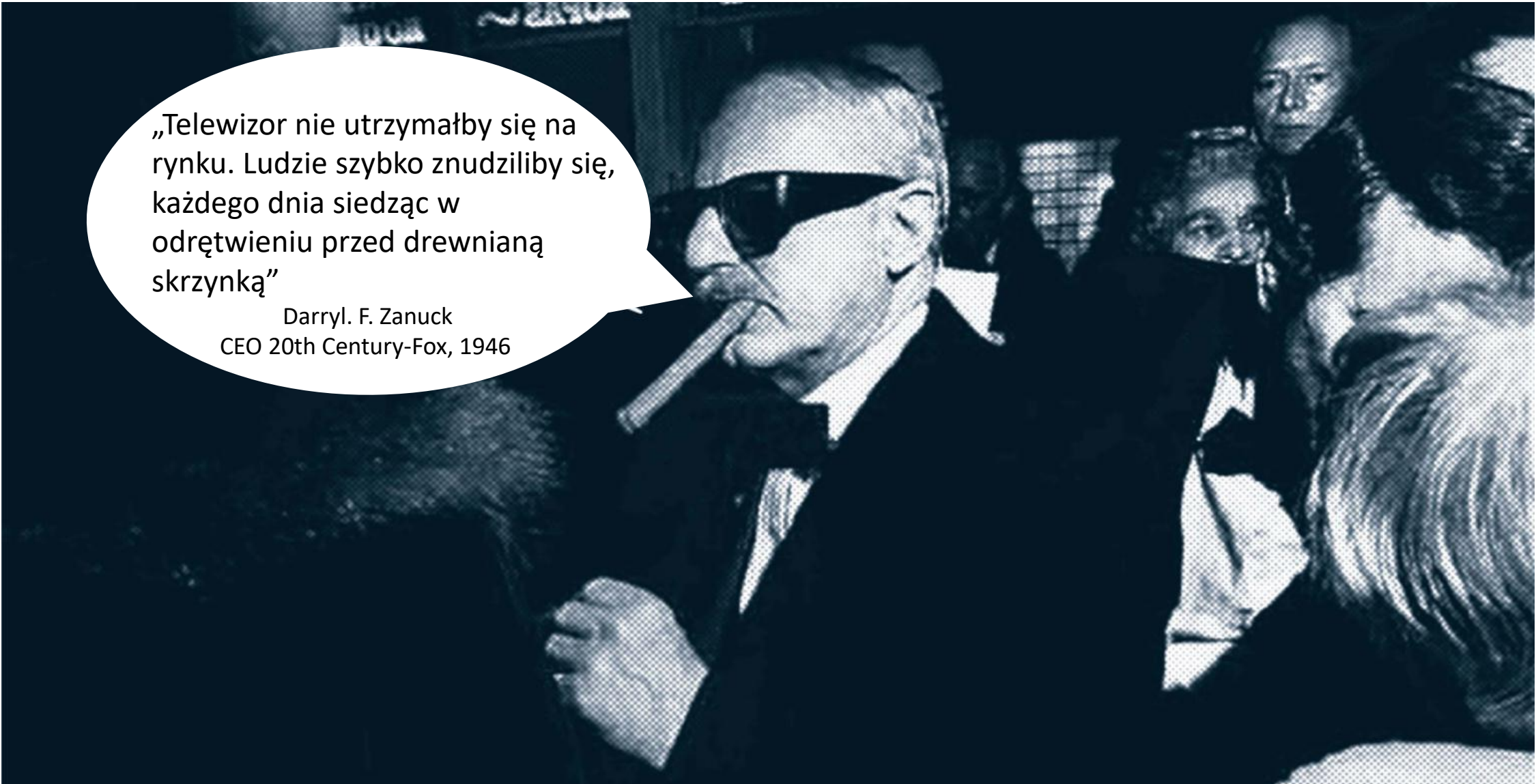


KONTROLA vs. STEROWANIE

Jak znamy przyszłe potrzeby ?

„Telewizor nie utrzymałby się na rynku. Ludzie szybko znudziłoby się, każdego dnia siedząc w odrętwieniu przed drewnianą skrzynką”

Darryl F. Zanuck
CEO 20th Century-Fox, 1946



Jak znamy przyszłe potrzeby ?

“Amerykanie być może
potrzebują telefonów, ale my nie.

My mamy wielu gońców”

Sir William Preece
CEO Poczty brytyjskiej, 1896 do Grahama Bell’a



CYBERNETYKA – sztuka sterowania

William R. Ashby

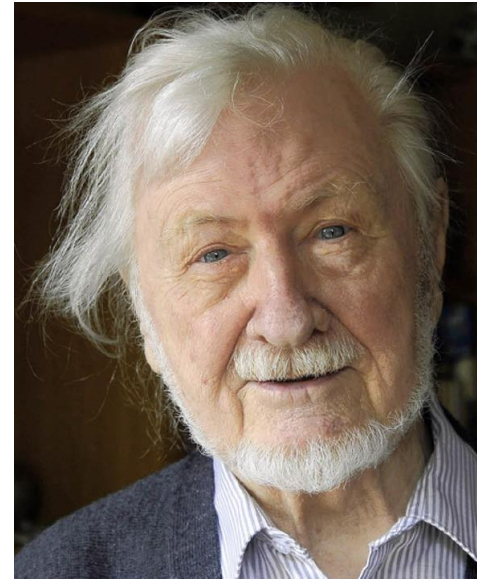
(Psychiatra)



„Tylko różnorodność może absorbować różnorodność.”
Prawo niezbędnej różnorodności
(Law of Requisite Variety)

Carsten Bresch

(Fizyk & Genetyk)



„Większe zdolności rodzą się z większej kompleksowości”

NAJBARDZIEJ MARNOTRAWIONY ZASÓB ?

CZAS



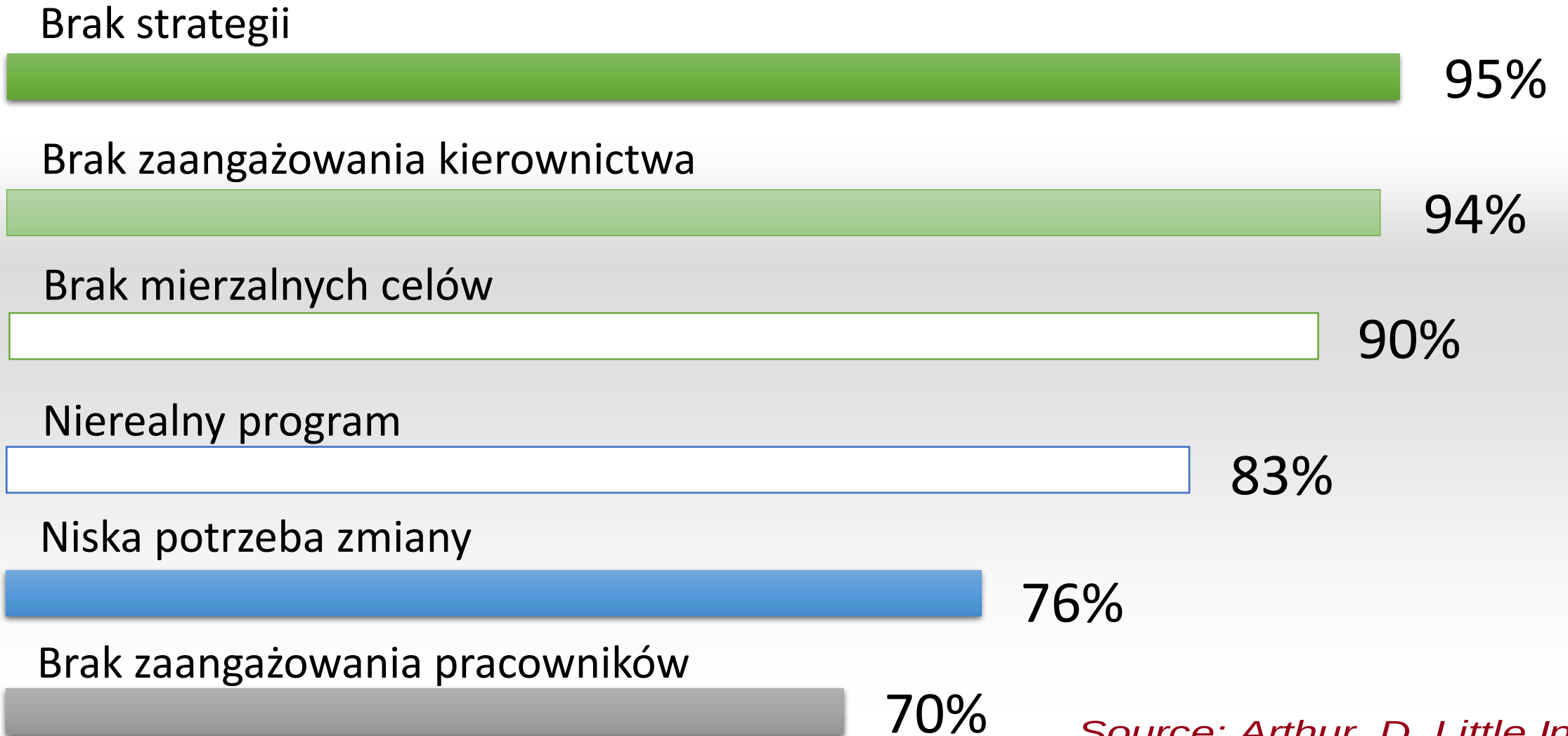
Metody osiągnięcia skupienia (DECYZJA)

STRATEGIA jest dla amatorów

EGZEKUCJA jest dla profesjonalistów

czyż nie ?

Dlaczego się nie udaje?



Source: Arthur. D. Little Inc.

3 Kluczowe Cele Biznesowe

Realizacja Budżetu



Max. Gotówki
Poprawa Cash flow

Wygenerowanie
Dodatkowego Zysku



BANKRUCTWO

CASH FLOW

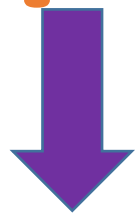


BANKRUPTCY

BRAK POKORY



CASH FLOW



BANKRUCTWO

Historia o odpowiedzialności

Były sobie cztery osoby: **Każdy**, **Ktoś**, **Ktokolwiek** i **Nikt**. Trzeba było wykonać bardzo ważną pracę i **Każdy** został o to poproszony.

Każdy był pewien, że **Ktoś** to zrobi. **Ktokolwiek** mógł to zrobić, ale **Nikt** tego nie zrobił.

Ktoś zezłościł się z tego powodu, ponieważ było to powinnością **Każdego**.

Każdy myślał, że **Ktokolwiek** mógł to zrobić, ale żadnemu z nich nie przyszło do głowy, że **Nikt** tego nie zrobił.

Skończyło się na tym, że **Każdy** obwiniął **Kogoś** za to, że **Nikt** nie zrobił tego, co mógł zrobić **Ktokolwiek**.

ZWLEKAMY najczęściej z ...

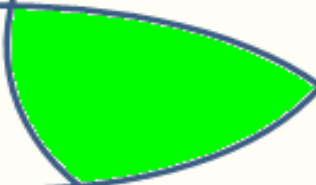
DECYZJĄ

Model „Jeża”

**w czym możesz
BYĆ NAJLEPSZY**

**co jest
TWOJĄ PASJĄ**

**co przynosi
KORZYŚCI MATERIALNE**



Znajdź czas, aby zacząć oszczędzać swój czas

Masz „JEŻA” możesz działać 😊





Metody Osiągnięcia Skupienia (LICZBY)

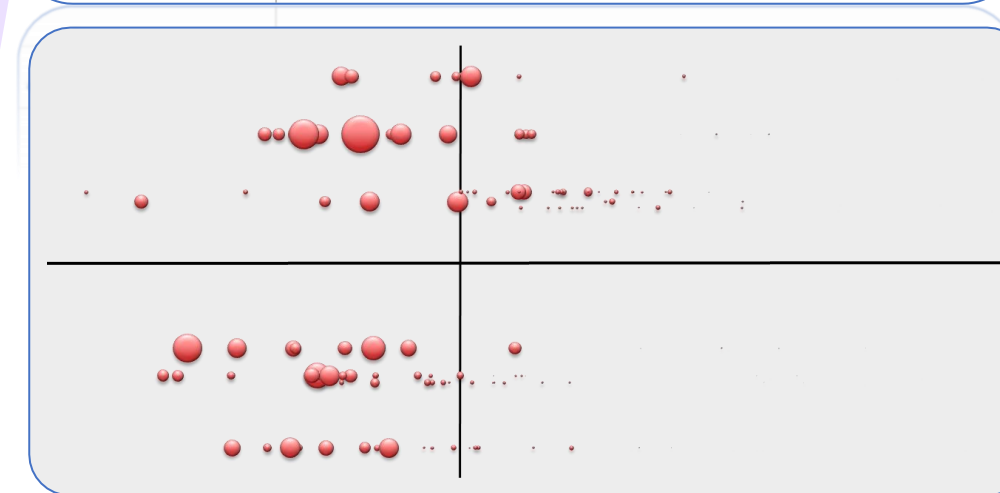
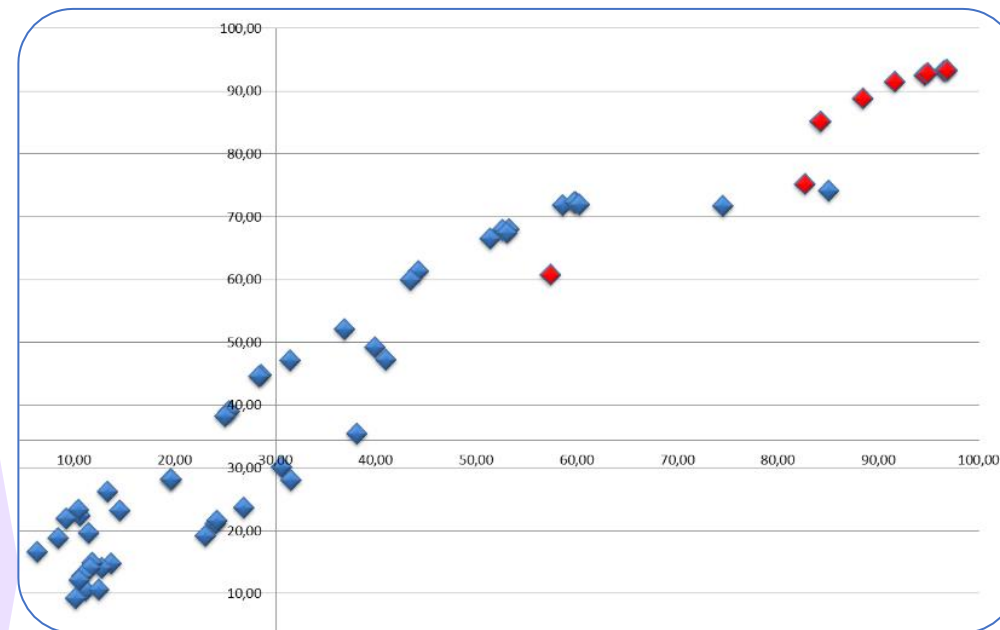
RoS & metody portfelowe

Rate of Sales, umożliwiające:

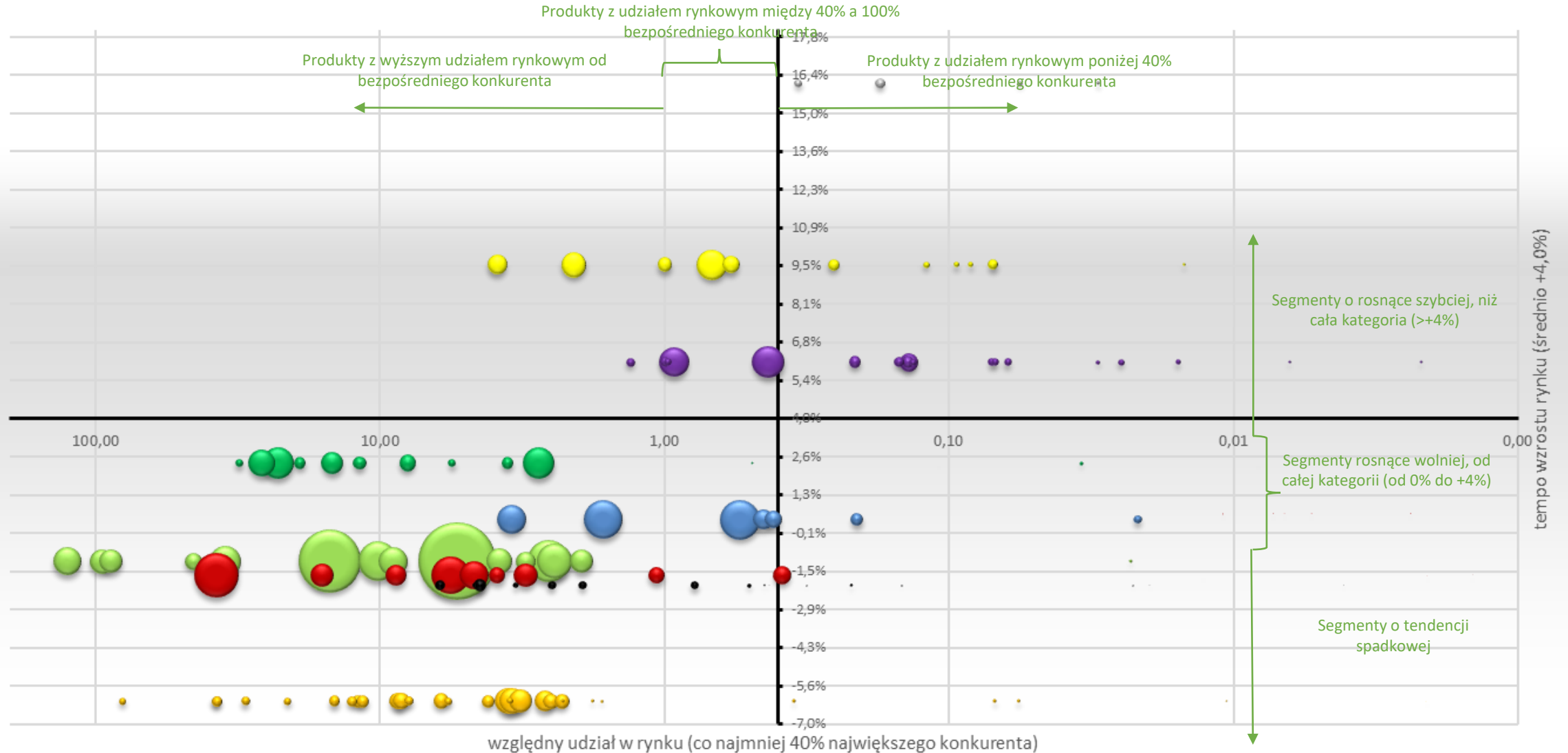
- Selekcję najlepszych produktów oraz mądre zarządzanie produktami o najmniejszym potencjale
- Obliczenie zysków i strat płynących ze zmian wprowadzanych w portfolio
- Zbudowanie planu pracy dla działu handlowego – podział produktów na takie, których dystrybucja powinna zostać pogłębiona przez przedstawicieli handlowych oraz takie, które powinny trafić do lepszych sklepów, lub których listingi powinny zostać rozszerzone

Metody portfelowe:

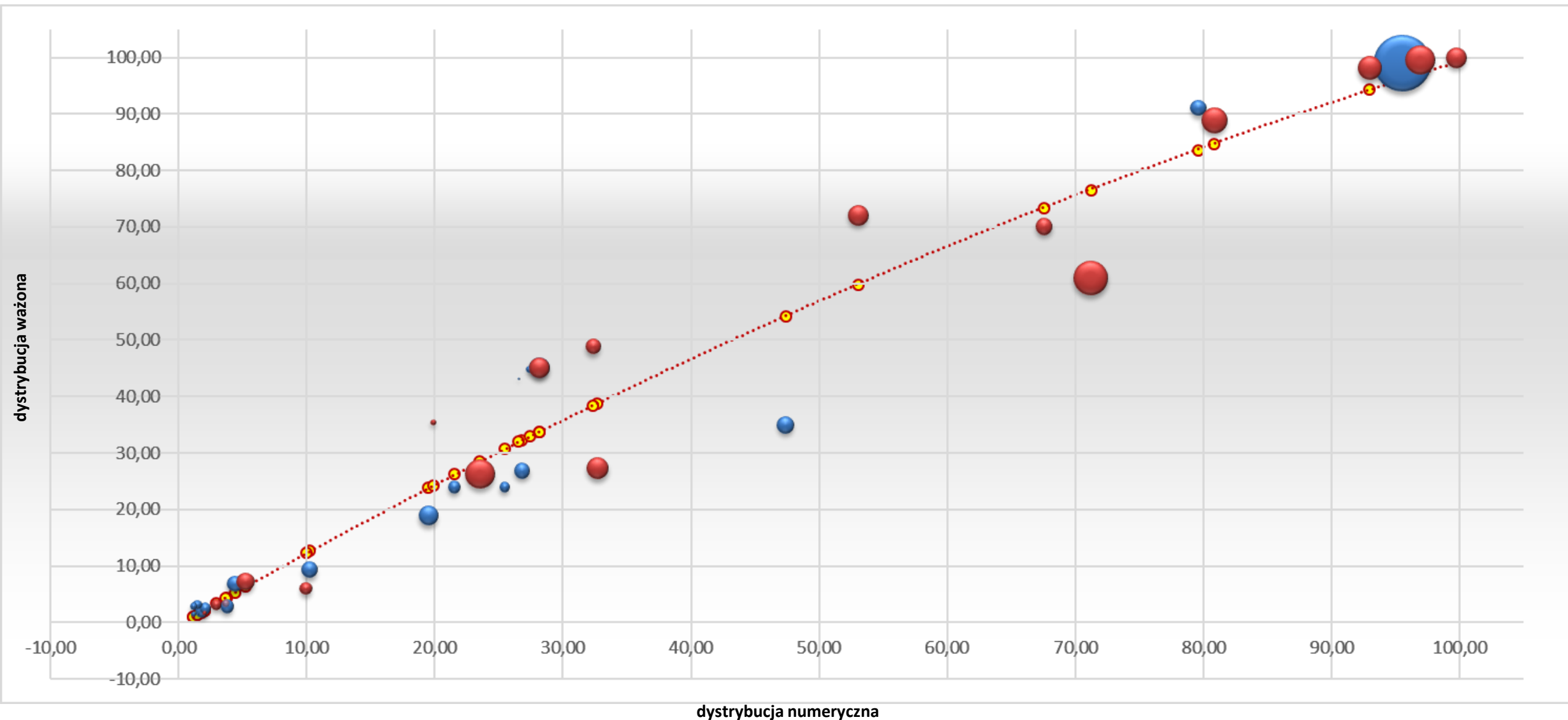
- Podział produktów na budujące zyski, budujące udziały, przynoszące straty oraz wymagające doinwestowania
- Wskazanie priorytetów oraz optymalizacja szerokości portfolio
- Wybór najlepszego segmentu rynkowego do ewentualnego rozszerzenia portfolio



Jak Tym portfolio zarządzać ?



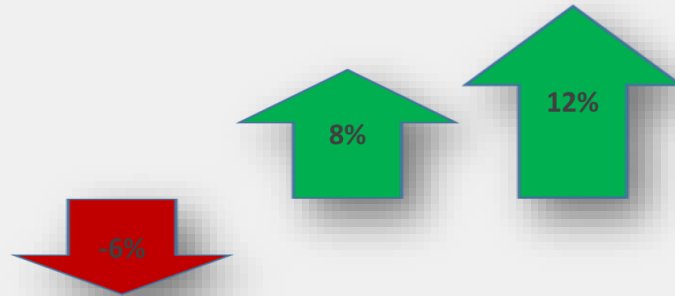
Branża FMCG przykład



Źródło: Na podstawie danych AC Nielsen z okresu MAT SO16

Po co Sterować na SKUPIENIE ?

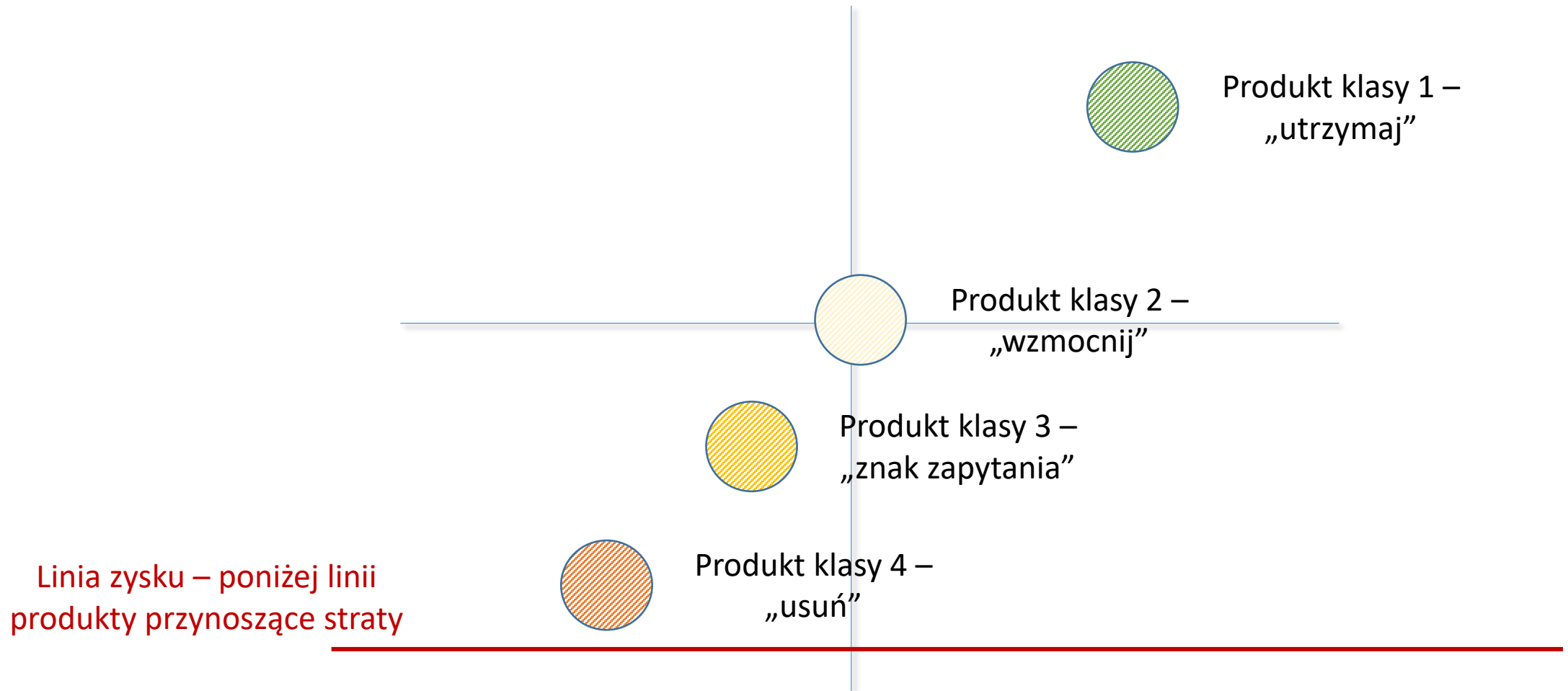
- Wprowadzenie zasad skutecznej pracy na portfolio produktowym u jednego z liderów rynkowych w branży świeżej żywności, którego wynik sprzedaży przed wdrożeniem zmian wynosił -6% rok do roku, miało znaczący wpływ na wzrost sprzedaży o +8% w kolejnym roku, a perspektywy na drugi rok wskazują na wynik +12%

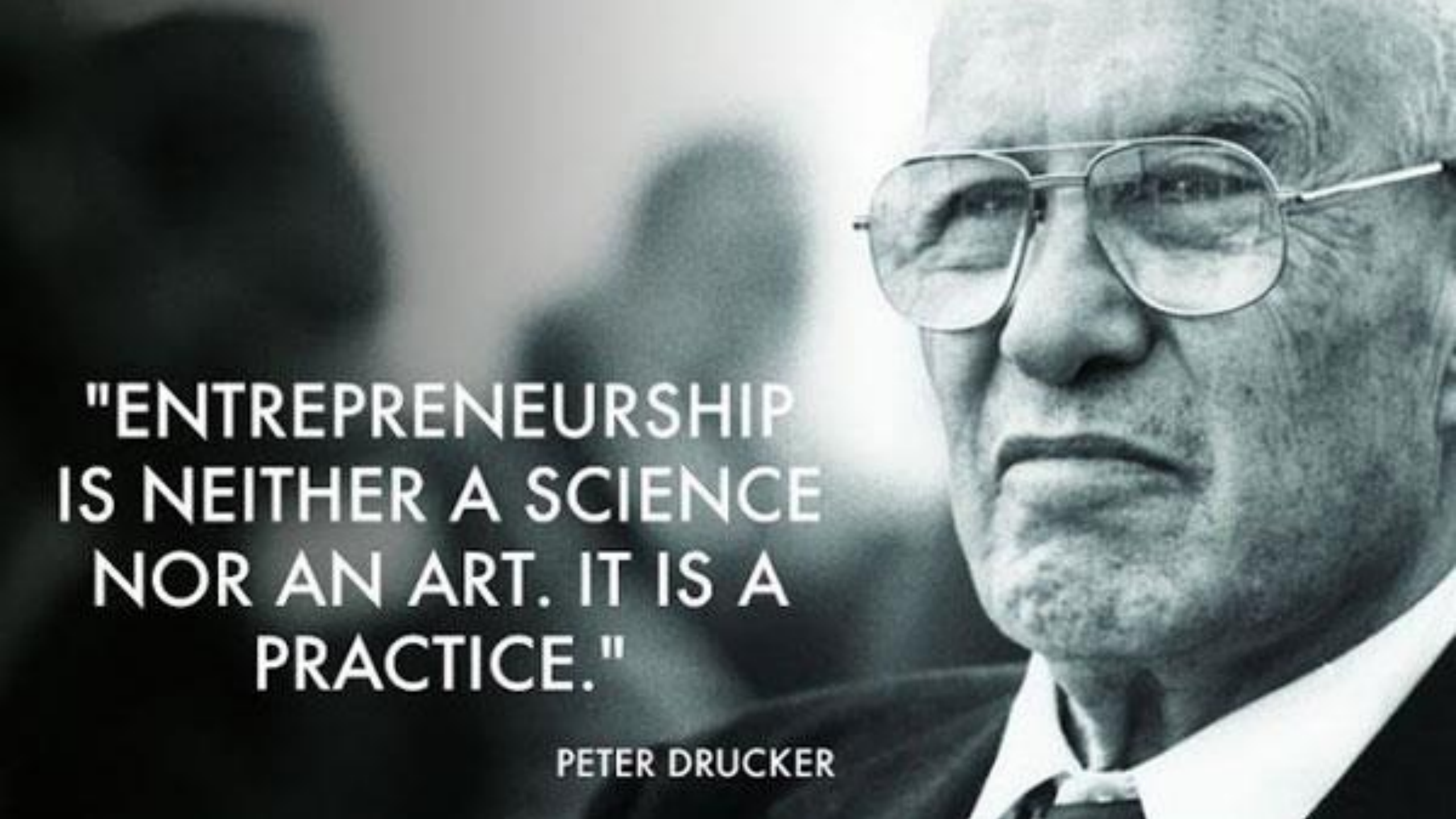


- Szacowany stosunek zysków w efekcie skupienia się na zmianach w dystrybucji najlepszych produktów do strat z powodu zdelistowania najslabszych u jednego z liderów rynkowych branży dóbr trwałych wynosi ok 10 mln zł do 1,5 mln zł



Mapa rentowności – wstęp do działań



A black and white portrait of Peter Drucker, an older man with glasses, wearing a suit and tie. He is looking slightly to the left. The background is blurred, showing other people in a crowd.

"ENTREPRENEURSHIP
IS NEITHER A SCIENCE
NOR AN ART. IT IS A
PRACTICE."

PETER DRUCKER

Produkty/Usługi
+
Organizacja / Zespół
+
Procesy
=
WYNIK / SUKCES

$$5 + 5 + 5 = 550$$

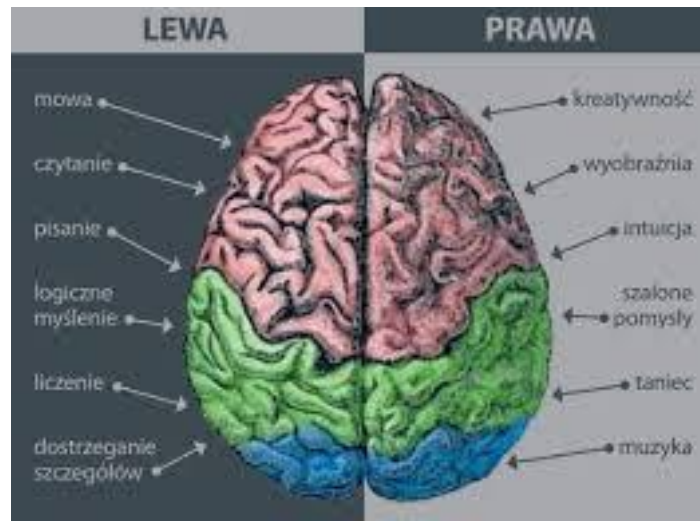
$$5 + 5 + 5 = 550$$

$$5 \text{ } \textcolor{green}{/} 4 + 5 + 5 = 550$$

Skorzystaj z obu półkul aby STEROWAĆ

Rate of Sales (RoS)
Metody Portfelowe

Model „Jeża”



Michał Paradowski

ZAPRASZAM DO ROZMÓW o TWOIM CORE 😊

michal.paradowski@4results.pl

WICEPREZES ZARZĄDU, PARTNER I WSPÓŁWŁAŚCICIEL 4RESULTS

W 4Results odpowiadam za obszar usług doskonalenia sprzedaży i marketingu. Poza rozwojem oferty zarządzam również projektami. Moim zadaniem jest udzielenie Klientom możliwie pełnego wsparcia w jednym z najważniejszych obszarów ich działalności – sprzedaży i marketingu. Angażuję się na poziomie strategii, z czego wynikają konkretne zalecenia i działania dla wszystkich poziomów organizacji. Kształtuję m.in. strategię w oparciu o podejście „Focus on Core”. Zależnie od sytuacji Klienta działam w zakresie szerokim, strategicznym lub koncentruję się na wyselekcjonowanych zagadnieniach, które wymagają usprawnienia lub zmiany.

Doskonalam sprzedaż, pomagam Klientom sprawnie przejść przez proces zmiany z zachowaniem możliwie wysokiego poziomu bezpieczeństwa i tak, by na koniec pojawiły się pożądane rezultaty biznesowe (średnio- i długoterminowe cele). Wdrażam w firmach kulturę opartą na odpowiedzialności zespołów za kluczowy kierunek rozwoju firmy, stosując programy motywacyjne połączone z planem operacyjnym. Wypracowuję sposoby organizacji, ulepszania i rozwoju zespołów w obliczu równolegle wprowadzanych zmian organizacyjnych. Prowadzę sesje mentoringowe i coachingowe dla pracowników pełniących ważną rolę w rozwoju organizacji.

Przez ponad 10 lat pracowałem na stanowiskach menedżerskich (marketing i sprzedaż) w Mars Polska (Masterfoods). Odpowiadałem za rozwój i zarządzanie zespołem oraz zarządzanie marką. Wdrożyłem wiele kampanii dla marki Snickers w Polsce i Europie Centralnej, m.in. „*I jedziesz dalej!*”, „*Głodny nie jesteś sobą*”. Koordynowałem projekty wzrostu efektywności w Europie Centralnej. Jako członek Zarządu Rynkowego Mars Polska wpływałem na rozwój procesu zarządzania operacyjnego i rozwój organizacji. Pracowałem też jako Interim Manager (m.in. Dyrektor Zarządzający i Dyrektor Sprzedaży), odpowiadając za wdrożenia nowych strategii, opracowanie działań naprawczych i optymalizacyjnych, odbudowanie działu handlowego oraz restrukturyzację w obszarach finansów i kontaktów z Klientami. Jestem sędzią Polish National Sales Awards.

Ukończyłem SGH, kierunki: Zarządzanie i Marketing, Finanse i Bankowość; Tilburg University w Holandii: Strategic Management oraz Podyplomowe Studium Zarządzania Projektami.

Prowadziłem projekty doradcze/coachingowe/szkoleniowe m.in. dla: Biella, Black Red White, Bonduelle, Ellert, Erbud, Hochland, Indykpol, Lafarge, Mars, Merck, Storck, TBM Snacks, Trodat.





4RESULTS

INSPIRACJA • WDROŻENIE • REZULTATY