

							
1.1.1.1.1.1.3						
1.1.1.1.2					Увеличение стоимости собственных брендов			Стоимость брендов
1.1.1.1.2.1					
1.1.1.1.2.2							%,
1.1.1.1.2.2.1					,
1.1.1.1.2.3					
1.1.1.1.2.4					
1.1.1.2				Повышение оборачиваемости товарного запаса				Оборачиваемость ТЗ
1.1.1.2.1					Повышение оборачиваемости ТЗ региональн			Оборачиваемость ТЗ регионального склада

					ых складов			
1.1.1.1.2.1.1					
1.1.1.1.2.1.2					
1.1.1.1.2.1.2.1						
1.1.1.1.2.2					Продажа неликвидов по цене закупки			Доля неликвидов в товарном запасе
1.1.1.1.2.3					Сужение количества марок для торговых организаций			Количество марок для торговых организаций
1.1.1.1.2.4					Получение нового ассортимент а с возможность ю возврата, в случае не реализации			Доля нового ассортимента с возможностью возврата
1.1.1.2			Сокращение					% «возврата» от

			потерь за счёт качества				общего объёма продаж.
1.1.1.2.1			
1.1.1.2.2			
1.1.1.3			Повышение эффективности работы с поставщиками				Сумма по всем поставщикам(Маржинальная прибыль с учётом прямых расходов на поставщика*Отсрочка платежа)
1.1.1.3.1			 («.....»))		, / [6]
1.1.1.3.1.1				
1.1.1.3.1.2				
1.1.1.3.1.3				 "....."
1.1.1.3.2				Повышение среднегодового значения по ИЛВ (Индикаторам Личных Взаимоотношений)			показатель, измеряемый по формуле ИЛВ[7]
1.1.1.3.3				Поддержание среднегодового количества санкций со стороны			В «штуках»

				поставщиков (без учёта «глобальности » этих санкций) на «О»				
1.1.1.3.3.1				
1.1.1.3.3.2				
1.1.1.3.4							%
1.1.1.3.5			 (, ..)
1.1.1.3.6			,
1.1.1.4			Увеличение % возврата просроченной ДЗ					1)Коэффициент;[9] 2) в днях
1.1.1.5			Повышение оборачиваемост и рабочего капитала					Продолжительность финансового цикла[8]
1.1.1.5.1			
1.1.1.6			Сокращение непроизводите льных расходов					% выполнения расходной части бюджета
1.1.1.6.1			
1.1.1.6.1.1			
1.1.1.6.2			
1.1.1.6.2.1			

1.1.1.6.2.1.1					
1.1.1.6.2.1.2					
1.1.1.6.2.1.3					
1.1.1.6.2.1.4					
1.1.1.6.2.2				
1.1.1.7			Повышение производитель ности труда и эффективности каждого сотрудника					1 КРІ: СДС (Средний Доход Сотрудника)[10]; 2 КРІ: ВП/ ФОТ (в руб.).
1.1.1.7.1			 «.....» — «.....» —
1.1.1.7.2			
1.1.1.7.2.1				[1]
1.1.1.7.2.2							% [2]
1.1.1.7.2.3				 «.....»

				»
1.1.1.7.2.4				»
1.1.1.7.2.4.1					»
1.1.1.7.2.5					Увеличение участников мероприяти й по повышению эффективно сти розничных продаж СПб			Количество работников РС СПб, участвующих в повышении эффективности продаж РС СПб
1.1.1.7.2.5.1					»
1.1.1.7.2.5.2					»
1.1.1.7.2.5.3					»

1.1.1.7.2.6					Увеличение эффективно сти системы наставничес тва			Доля стажёров, проработавших более года
1.1.1.7.2.6.1					 1
1.1.1.7.2.6.2					/.....
1.1.1.7.2.7							%
1.1.1.7.2.8					(.....). (.)	 (. %)	
1.1.1.7.3				Повышение лояльности «кадрового резерва»				Показатель лояльности в баллах «кадрового резерва»
1.1.1.7.3.1				 «.....» (.....)	, 8, 23,	
1.1.1.7.3.2				

				 «.....»		 (..... 2011 ..)
1.1.1.7.3.3				 % (.....) «.....», «.....»			%, «.....», «.....» (..... [4])
1.1.1.7.3.4				 «.....»» 50%			%
1.1.1.7.3.5				 (....., «.....»,,),			«.....»: «.....»/«.....»
1.1.1.7.4				Повышение качества выполнения работ				Процент ошибок по вине персонала
1.1.1.7.4.1				
1.1.1.7.4.2				

				
1.1.1.7.4.3				
1.1.1.7.4.4					Повышение уровня работы сотрудников РС			Средний балл оценки качества работы сотрудников РС
1.1.1.7.4.5					Увеличение количества работников РТП, соответств ующих требованиям компании			Доля работников РТП, соответствующих требованиям компании
1.1.1.7.4.5.1					 ,
1.1.1.7.4.5.2					, ,
1.1.1.7.4.5.3					, ,
1.1.1.7.4.6					Увеличение количества ключевых сотрудников РТП, прошедших стажировку			Количество руководителей и ключевых сотрудников РТП, прошедших стажировку в центральной офисе

					в центрально м офисе			
1.1.1.7.4.6.1					
1.1.1.7.5				Повышение уровня автоматизаци и выполняемых работ				Доля полностью реализованных проектов по автоматизации деятельности
1.1.1.7.5.1				 8.2			%, %
1.1.1.7.5.2							%, %
1.1.1.7.5.3							%, %
1.1.1.7.5.4							%, %
1.1.1.7.5.5							%, %
1.1.1.7.5.6							%, %
1.1.1.7.5.7				 " "			%, %
1.1.2		Увеличение базы для получения прибыли						Величина собственного капитала (СК)
2. Рынок								
2.1	Сохранение доли рынка в Северо – Запад. регионе							% от ёмкости рынка
2.1.1		Увеличение						Выполнение плана

		продаж оптовым клиентам СЗФО						оптовых продаж в СЗФО
2.1.1.1			Увеличение количества предложений для торговых организаций СЗФО					Количество предложений для торговых организаций СЗФО
2.1.1.1.1			
2.1.1.2			Сокращение времени доставки заказа в СЗФО					Среднее время доставки заказа по СЗФО
2.1.1.3			Сокращение затрат покупателя на доставку					Количество клиентов, которым предоставлена бесплатная доставка
2.1.1.4			Увеличение продаж за счёт новых клиентов в СЗФО					План продаж на новых оптовых клиентов СЗФО
2.1.1.4.1			 "....." .. (..., ...,)
2.1.1.4.1.1							%.....
2.1.1.4.1.2							%.....
2.1.1.4.1.3				

							
2.1.1.4.1.4				
2.1.1.4.1.5				
2.1.1.4.1.6					Увеличение числа участников PR акций - потенциальн ых клиентов в СЗФО			Количество участников PR акций в СЗФО
2.1.1.4.2				Организация продаж на производства в СЗФО				Количество потребителей - конвейерных или сборочных производств
2.1.1.5			Увеличение продаж за счёт ранее активированны х клиентов в СЗФО					% активной клиентской базы
2.1.1.5.1			
2.1.1.5.2							%
2.1.1.5.3			 "....."
2.1.1.5.4			 (.....,)			

2.2.1		Увеличение доли рынка в регионах представленности						Доля рынка регионов представленности
2.2.2		Увеличение продаж оптовым клиентам РФ						Выполнение плана оптовых продаж в РФ
2.2.2.1			Увеличение продаж за счёт новых клиентов в РФ					Выполнение плана продаж на новых оптовых клиентов РФ
2.2.2.1.1			
2.2.2.1.2			 "....." "....." (.....)
2.2.2.1.2.1				
2.2.2.1.2.2				
2.2.2.1.2.3				,
2.2.2.2			Увеличение продаж за счёт ранее активированных клиентов в РФ					% активной клиентской базы
2.2.3		Увеличение продаж розничным клиентам РФ						
2.2.3.1			

		
2.2.3.2		
2.2.4		Повышение привлекательности товара и услуг компании						Объём продаж
2.2.4.1			Улучшение качества товарного предложения					Уровень складской обеспеченности товаром по товарам группы «А».
2.2.4.2			Увеличение обеспеченности по маркам для торговых организаций					% комплектования заказа торговой организации из товарного запаса
2.2.4.3			Сокращение времени доставки заказа в регионе					Среднее время доставки заказа по региону
2.2.4.3.1			 ".....",
2.2.4.3.1.1				
2.2.4.4			Увеличение предложения продукции					Количество ходовых позиций конкурентов, добавленных в ассортимент
3. Безопасность								
3.1	Повышение безопасност и бизнеса							Оценка стоимости рисков
3.1.1		Повышение						Рыночная стоимость

		стоимости бизнеса						бизнеса
3.1.2		Повышение фискальной безопасности бизнеса						Уровень фискальной безопасности [1]
3.1.2.1		
3.1.2.2		
3.1.2.3		
3.1.2.4		 "....."				 "....."
3.1.3		Повышение таможенной безопасности бизнеса						Уровень таможенной безопасности [3]
3.1.3.1		
3.1.3.2		
3.1.4		Повышение документарно й безопасности бизнеса						Уровень «прозрачности» склада [6]
3.1.4.1		
3.1.4.2							%
3.1.5		Повышение юридической безопасности бизнеса						Уровень «чистоты» финансовых схем; юридического /правового обе- спечения деятельности
3.1.5.1		 "....." "....."

						
3.1.5.1.1		
3.1.5.1.1.1				
3.1.5.1.2			 " "
3.1.5.1.2.1					%.....
3.1.5.1.2.2				
3.1.5.2		/...
3.1.5.3		/...
3.1.5.4		
3.1.5.4.1			
3.1.5.4.2			
3.1.5.4.3			
3.1.5.5		 " "
3.1.6		Повышение информационной безопасности бизнеса					Уровень ИТ – безопасности [7]
3.1.6.1		 –
3.1.7		Повышение информационной безопасности бизнеса					Уровень технической защиты от возможной утечки внутренней коммерческой информации[8]
3.1.7.1		Повышение					;% выполнения

		надёжности функционирования ИС						плана, % выполнения бюджета, % выполнения графика
3.1.7.1.1		
3.1.7.1.2							;%, %, %, %
3.1.7.1.3							;%, %, %, %
3.1.7.1.4		/ ..
3.1.7.1.5		/ ..
3.1.7.1.6		
3.1.7.1.7							;%, %, %, %
3.1.7.2		Снижение возможности нарушений за счёт видеонаблюдения в РТС СПб						Реализовано/не реализовано
3.1.7.3		Повышение коммерческой безопасности бизнеса						Уровень в баллах
3.1.7.3.1		 [4]
3.1.7.3.2		
3.1.7.3.3		 [5]					. «.....»
3.1.7.3.4		 / «.....»
3.1.7.3.5		
3.1.7.4		Повышение						Размер убытков от

		кадровой безопасности					действий персонала
3.1.7.4.1		 "....."
3.1.7.4.2		 "....."/...
3.1.7.4.3		 "....." "....."
3.1.7.4.4		
3.1.7.4.5		
3.1.7.4.5.1			
3.1.7.4.5.1			
3.1.7.4.5.1			,
3.1.7.4.5.1			
3.1.7.4.6			Снижение возможности злоупотреблений в регионах				Количество злоупотреблений в регионах
3.1.7.4.6.1			
3.1.7.4.7			Внедрение системы план-заданий для руководителей РТП				Количество руководителей РТП работающих по план-заданиям
3.1.7.4.8			Повышение возможности привлечения властных структур в случае				Доля нарушений, когда к наказанию можно привлечь властные структуры

			нарушений в регионах					
3.1.7.4.9			Повышение уровня лояльности увольняемых и увольняющихся сотрудников					Показатель лояльности в баллах (по итогам интервью с увольняющимся сотрудником)
4. Интернет- магазин								
4.1	Увеличение посещаемос- ти сайта							Количество посетителей
4.1.1	
4.1.2	
4.1.3	
4.1.4	
4.2	Увеличение количества регистраций							Количество зарегистрировавшихс я
4.2.1	,,, ..
4.2.2	
4.3	Выполнение плана продаж							Объём продаж
4.3.1							%
4.3.2	

5. Московский филиал								
5.1	Увеличение количества активированных клиентов филиала							Количество активированных клиентов
5.1.1		Увеличение числа потенциальных клиентов в ЦФО						Количество потенциальных клиентов
5.1.1.1							%.....
5.1.1.2		
5.1.1.3		
5.1.1.4		
5.1.1.5		
5.1.1.6		
5.1.2		Увеличение числа клиентов ЦФО переведённых в филиал						Доля клиентов ЦФО, переведённых в московский филиал
5.2	Выполнение плана по маржинальной прибыли							Маржинальная прибыль

5.2.1	
5.2.2	
5.2.3	

На нашем сайте размещены и другие [примеры систем показателей](#), разработанных в компании «Питер-Консалт». Вы также можете посмотреть [запись нашего вебинара на эту тему](#) и познакомиться с [процедурой заказа услуги по разработке и внедрению системы показателей](#). Почитайте о возможностях оптимизации затрат на эту услугу в разделе ["Сколько стоит разработка системы показателей?"](#).

Свяжитесь с нами по телефону **(812)984-4580**, **(812)430-1953**, Skype **Piter-Consult** или заполните эту [форму](#) и мы подготовим для вас коммерческое предложение с планом работ по внедрению и сметой расходов.