

Система показателей КPI оптово-розничной торговли автомобильными запчастями

	Цель	Подцели	Подцели	Подцели	Подцели	Подцели	Подцели	Показатели
1. Финансы								
1.1.	Выполнение плана по прибыли							Годовая чистая прибыль
1.1.1		Повышение эффективности и компании						ROE (рентабельность собственного капитала) [3]
1.1.1.1			Повышение эффективности товарного запаса					Рентабельность товарного запаса
1.1.1.1.1				Повышение эффективности и продаж				Средняя наценка на товар
1.1.1.1.1.1					Увеличение продаж наиболее рентабельных марок			Объем продаж марок продукции с уровнем рентабельности не ниже планового
1.1.1.1.1.1.1						Увеличение продаж собственных ТМ		Объем продаж собственных ТМ
1.1.1.1.1.1.1.1						 100%
1.1.1.1.1.1.1.2						,

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

							
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 региональных складов			Оборачиваемость ТЗ регионального склада

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

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 потерь за счёт					% «возврата» от общего объёма

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

			качества					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 поставщиков				В «штуках»

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

				(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 оборачиваемости и рабочего капитала					Продолжительность финансового цикла [8]
1.1.1.5.1			
1.1.1.6			Сокращение непроизводительных 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				

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

							
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				 «.....»»

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

1.1.1.7.2.4				
1.1.1.7.2.4.1					
1.1.1.7.2.5					Увеличение участников мероприятия по повышению эффективности 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			Доля стажёров,

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

					эффективно сти системы наставничес тва			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				 (.....

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

				 «.....»		 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				

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

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, соответствую- щих 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 в			Количество руководителей и ключевых сотрудников РТП, прошедших стажировку в центральной офисе

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

					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 продаж						Выполнение плана оптовых продаж в

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

		ОПТОВЫМ клиентам СЗФО						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				

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

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			
2.1.1.5.5			

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

			
2.1.1		Увеличение продаж розничным клиентам СЗФО						План розничных продаж в СЗФО
2.1.1.1			Развитие системы продаж через предварительный заказ					Доля товара проданного по предварительному заказу
2.1.1.2			Увеличение посещаемости магазинов РС в СЗФО					Количество посетителей магазина в СЗФО
2.1.1.2.1			
2.1.1.3			Открытие магазинов в местах скопления грузового транспорта в СЗФО					Доля охвата мест скопления грузового транспорта в СЗФО
2.1.1.3.1			
2.1.1.4			Открытие дисконт-центров в СЗФО					Количество открытых дисконт центров в СЗФО
2.1.1.5			Наличие магазинов на всех въездах с основных магистралей в город СПб					Доля охвата въездов в город по основным магистралям СПб
2.2	Сохранение доли рынка по РФ							% от ёмкости рынка
2.2.1		Увеличение						Доля рынка регионов

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

		доли рынка в регионах представленно сти						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 активированны х клиентов в РФ					% активной клиентской базы
2.2.3		Увеличение продаж розничным клиентам РФ						
2.2.3.1			

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

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 стоимости						Рыночная стоимость бизнеса

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

		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		 "....." "....."

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

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 информацион ной безопасности бизнеса						Уровень ИТ – безопасности [7]
3.1.6.1		 –
3.1.7		Повышение информацион ной безопасности бизнеса						Уровень технической защиты от возможной утечки внутренней коммерческой информации[8]
3.1.7.1		Повышение надёжности						;% выполнения плана, % выполнения

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

		функционирования ИС						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		/ 5%					. «.....»
3.1.7.3.5		
3.1.7.4		Повышение кадровой						Размер убытков от действий персонала

Система показателей КРІ оптово-розничной компании © Питер-Консалт

		безопасности						
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 злоупотреблен ий 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 нарушений в					Доля нарушений, когда к наказанию можно привлечь властные структуры

3.1.7.4.9			регионах 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	

5.2.1	
5.2.2	
5.2.3	

📍 На сайте компании "Питер-Консалт" можно ознакомиться с [примерами разработанных нами систем показателей КРІ, отзывами наших заказчиков, записью нашего вебинара "Система показателей - основа управления предприятием"](#), а также с [процедурой заказа и построения этого инструмента](#). Узнайте как провести эти работы **более экономно** в разделе ["Стоимость разработки системы показателей"](#).

📍 Если вы [заполните эту форму, мы подготовим коммерческое предложение](#), оптимизирующее ваши расходы на выполнение этой работы.