Путь к общему успеху

Уже не первый год в нашей компании действует комплексная программа, направленная на повышение лояльности поставщиков. Она стала результатом объединения двух подходов, принятых в свое время в компаниях Danone и Юнимилк, вобрав лучшее из них – стимулирование развития бизнеса и установление неформальных отношений с поставщиками.

Программы по развитию производителей молока России

- Молочная Бизнес Академия
- Совместный проект с компанией Cargill
- Проекты по поддержке поставщиков Группы компаний Danone в России

Молочная Бизнес Академия

МОЛОЧНАЯ
БИЗНЕС
АКАДЕМИЯ

Развитие поставщиков

Контекст

- С 1990 года в России поголовье КРС сократилось более чем на 60%;
- Производство молока сократилось с 55,7 до 31,9 млн. тонн.
- Сельское хозяйство – один из 4-х нац. Приоритетов Правительства РФ

Идея

- Создание в Липецкой области уникального практического тренингового центра «Молочная Бизнес Академия» для российских производителей молока с использованием современных Европейских и Российских технологий «менеджмента коров»

Партнеры

- Фонд ЭкоСистемы Danone
- Национальный союз производителей молока СоюзМолоко
- Французский Институт Животноводства (Institut de l’Elevage)
- Орловский и Воронежский Аграрные Университеты

МБА: Ключевые характеристики проекта

- На площадке одного из лучших молочных хозяйств России, «Вербиловское» (1 200 голов)
- Современный, комфортабельный кампус на 20 чел.;
- Тренинговая ферма на 90 голов + все необходимое оборудование;
- Базовый тренинг: 6 дней (24 часа практики + 24 часа теории)
- Модульный подход к программе переподготовки

МБА: Результаты и Планы

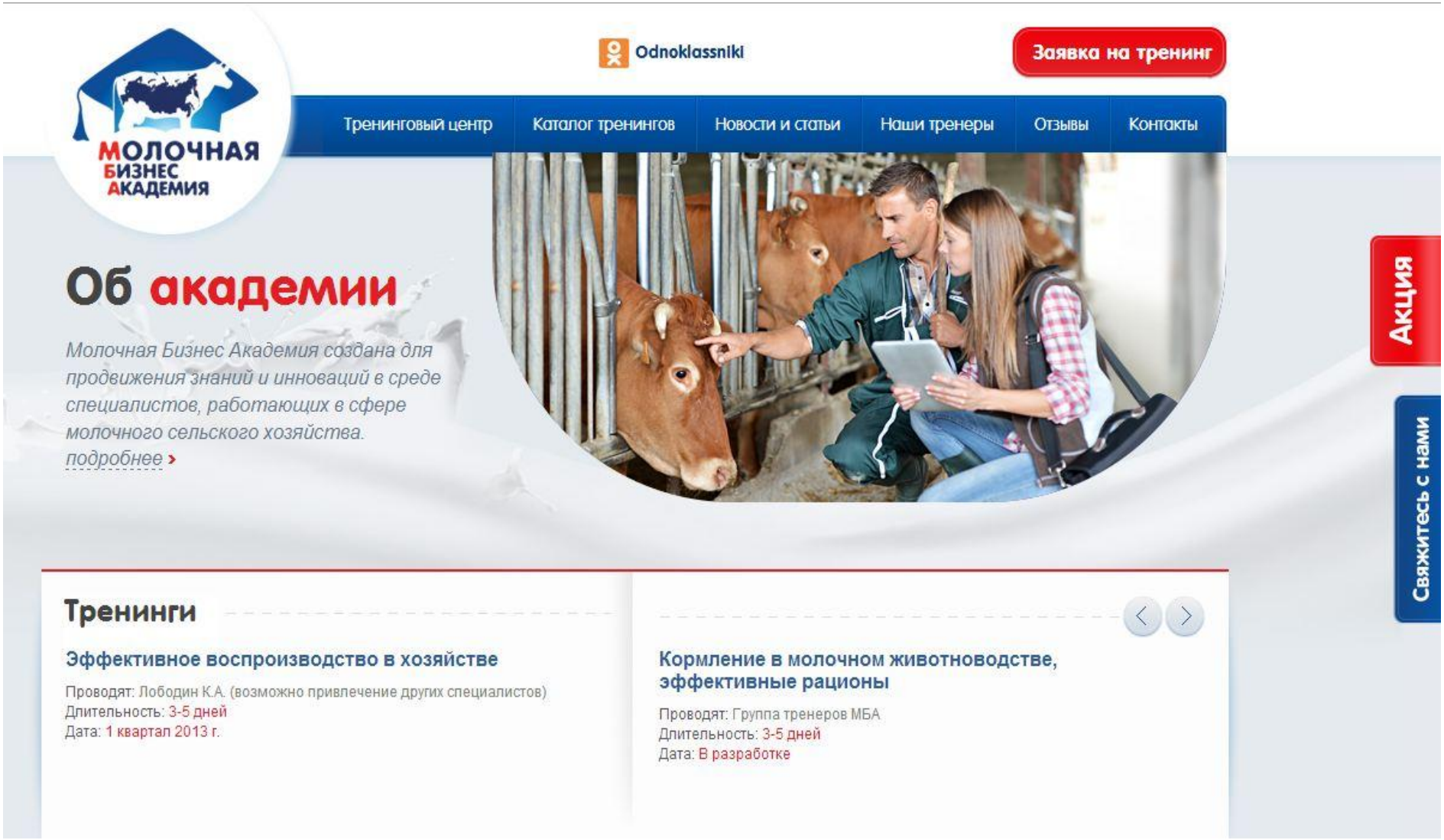
Результаты:

- Успешный пилотный проект на базе аграрного университета Санкт-Петербурга
- Более 260 специалистов из 26 регионов страны прошли обучение
- Средней рост производства без доп инвестиций составил порядка 8,5% (среднее: 0,6 л/день на 1 корову)
- Запущен сайт МБА
- Тренинга центра был запущен во втором квартале 2013 года

Планы:

- Обучение до 300 студентов в 2013 году
- Средней рост производства без доп инвестиций после прохождения обучения должен составлять порядка 7%
- Активное вовлечение региональных властей
- Создание более 3 модулей обучающих программ для разных аудиторий
- Рекламная компания МБА

МБА: Сайт



Адрес сайта: http://www.milkacademy.ru

Совместный проект с компанией Cargill

Выгода для всех участников проекта

Россия	Устойчивое производство молока позволит сократить дефицит в производстве молока в стране. Продовольственная безопасность - полезные и безопасные молочные продукты
Молочные хозяйства	Увеличение продуктивности/прибыльности через техническую и технологическую поддержку (практика управления стадом, оптимизация рациона кормов, ветеринарная подддержка). Эффективное и быстрое обслуживание – консультация специалиста по кормам Снижение оборотного капитала (оплата кормов через сдачу молока на производство) Управление рисками и волатильности цен на корма, а также возможность самостоятельно устанавливать цены на 3 месяца.
Danone	Дополнительные объемы сырья для производства Повышение качества, улучшение безопасности сырья Лояльности производителей молока к компании
Cargill	Повышение объемов продаж Платежи через компанию Danone, снижение кредитных рисков Лояльность молочных хозяйств, развитие ключевых для компании направлений

Бизнес модель проекта

DANONE

DANONE

Консультация специалистов хозяйства по развитию производства и тенденциям рынка →

← Поставки молока

Молочные хозяйства

Платежи за корма от производителей молока ↓

Cargill

Предложения:

- Комбинированные корма
- Концентраты
- Премиксы
- Корма для телят

Дистрибуция кормов хозяйствам

Консалтинг ферм

SOURCING&SUPPLIER Development

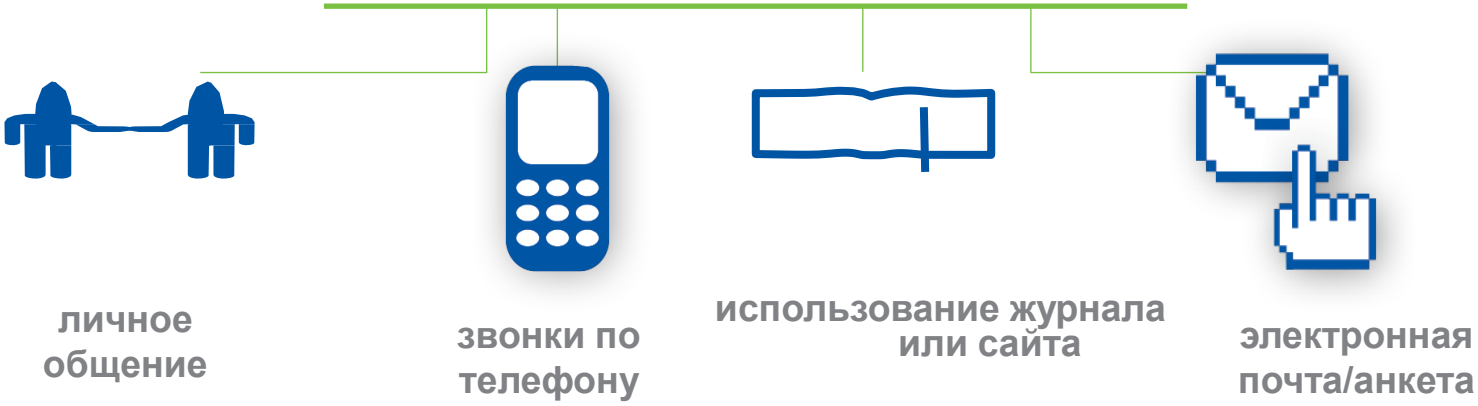
Cargill

Проекты по поддержке поставщиков Группы компаний Danone в России

Знать мнение каждого

Ключевым элементом программы являются опросы руководителей молочных хозяйств. Поставщики заполняют анкету, позволяющую составить обобщенное мнение об условиях сотрудничества с компанией, в частности, об уровне закупочных цен, качестве поддержки со стороны менеджеров, оценке работы технического персонала (например, водителей молоковозов) и прочем. Есть и возможность высказывать свои предложения относительно того, в чем компания могла бы им помочь и как наилучшим образом наладить обратную связь. К примеру, речь может идти о личном общении, звонках по телефону, использованию журнала или сайта, электронной почте и так далее.

Как может проходить опрос?



Журнал как способ коммуникации

Основным элемпуляризовать наиболее удачный опыт работы молочных хозяйств в регионах. Необходимо не только обеспечивать своевременную доставку очередных выпусков журнала нашим партнерам, но и акцентировать их внимание на том, что для них журнал является одним из элементов повышения эффективности бизнеса.

Обмен опытом

Повышение информированности сотрудников компании о различных нюансах производства молока.

Распространение информации о новых стимулирующих программах и предложениях для поставщиков.

Соревнование среди поставщиков

- **ЦЕЛЬ:** развитие лояльности поставщиков и фокусирования их усилий на целях компании
- **СРОКИ:** с сентября по август включительно
- **НОМИНАЦИИ:**
  - качество молока
  - зонность поставок
  - увеличение поставок

Победители номинаций от каждого Дивизиона могут участвовать в ежегодной встрече на уровне ЦО.

Сумма и призы

СУММА ДО 25 ТЫС. РУБ.

- Ноутбук
- Проектор
- Стиральная машина

+ награда

СУММА ДО 15 ТЫС. РУБ.

- Нетбук
- Фотоаппарат
- Телевизор
- Холодильник

+ награда

СУММА ДО 10 ТЫС. РУБ.

- Фотоаппарат
- Монитор
- Музыкальный центр

+ награда

Награда (кубок, плакетка, акриловый приз) полагается для каждого победителя. На награде обязательно указывается логотип компании, а также название хозяйства, номинация, год и занятое место.

«День поставщика»: инструмент достижения успеха

В ходе Дня поставщика происходит знакомство руководителей хозяйств с деятельностью Дивизиона как бизнес-единицы, результатами его работы и перспективами увеличения производства молока на ближайший год. Эта информация является ключевой для директоров хозяйств, поскольку им необходимо учитывать ее в собственных производственных планах.

Компания рассматривает поставщиков как своих партнеров по бизнесу и готова оказывать им всемерную поддержку в улучшении показателей работы их хозяйств.

Элементы Дня поставщика

Презентация продукции компании. Руководители хозяйств наглядно видят, куда идет их продукция. Это позволяет привнести в сотрудничество с компанией дополнительную эмоциональную составляющую.

Презентация «Проекта поставщика». Руководители наиболее успешных хозяйств выступают перед своими коллегами с рассказом о решениях, которые стали основой их эффективной работы.

Эффект

Установление тесных неформальных контактов между менеджерским составом и нашими партнерами.

Возможность напрямую обсудить те или иные проблемные вопросы и оперативно найти компромиссные решения.

Возможность для компании выстроить конструктивный диалог с поставщиками и более активно вовлекать их в реализацию различных программ развития бизнеса

Получение информации из первых рук о потребностях и реальных возможностях поставщиков, что позволяет эффективно планировать деятельность компании.

Мыслим глобально

В целом проекты по развитию категории направлены на то, чтобы в стране было больше качественного молока. Такая формулировка вовсе не является преувеличением, учитывая, что компания Danone является крупнейшей на отечественном молочном рынке и вполне способна влиять на его развитие в целом. Это касается и формирования сознания потребителей, которые с нашей помощью узнают массу полезной информации о принципах выбора качественной молочной продукции, пользе ее употребления для здоровья и о правильной практике ее производства. Что, в свою очередь, формирует массовый спрос и тоже способствует более активному развитию молочной отрасли в России.

Индикаторы доверия:
За что нас ценят поставщики

1. «Надежный покупатель»
2. «Уважает меня и мой бизнес»
3. «Ценит мои достижения и успехи»
4. «У меня есть персональный менеджер, который мне помогает»

Спасибо за внимание!