

Компания RSI

ИТОГИ РАБОТЫ В 2007 ГОДУ

В 2007 г. в компании RSI завершился процесс перестройки структуры работы и организации бизнеса. Несмотря на все сложности в ходе преобразований, год для компании можно считать удачным — общий рост продаж RSI за 2007 г. составил 14,7%.

Темпы роста по продуктовым направлениям и по вендорам

Продуктовый портфель был пересмотрен с точки зрения наибольшей прибыльности бизнеса компании и привлекательности ассортимента для партнеров. По выделенным продуктовым направлениям компания показала впечатляющий рост в продажах МФУ — 70%, что в два раза превышает их рыночные показатели. Объем бизнеса по расходным материалам вырос на 100%. Интенсивный рост по данному направлению позволил получить дистрибьюторские статусы по расходным материалам Samsung и Epson.

В три раза увеличились продажи серверов Fujitsu Siemens Computers. На 58% выросли продажи проекторов с технологией LCD.

Наиболее заметный прорыв был в продажах оборудования нижеперечисленных вендоров:

- APC — рост 85%,
- Canon — 48%,
- Fujitsu Siemens Computers — 75%.
- Samsung — 32%
- Epson — 54%.

Структурные изменения

Важным структурным изменением для компании стала реструктуризация отдела продаж с использованием матричной системы взаимодействия менеджеров и партнеров компании RSI. В настоящий момент за работу с московскими дилерами отвечают три рабочие группы: по работе с корпоративными реселлерами и системными интеграторами, с розницей, с оптовыми партнерами. Региональная партнерская сеть, в свою очередь, была разбита на 7 подразделений, отвечающих за продажи в том или ином федеральном округе. В состав отдела продаж вошли еще несколько структурных единиц — это подразделение некомпьютерной розницы и департамент по сопровождению корпоративных продаж.

Перестроенная структура отдела продаж позволила получать более достоверную информацию о положении дел во всех регионах страны, что обеспечило наиболее тесное и эффективное сотрудничество с партнерами компании RSI.

Распределение объема продаж по регионам

Результатом проведенной реструктуризации стал рост продаж компании во всех федеральных округах России: Дальневосточный и Северо-Западный — 34%, Сибирский — 28%, Уральский — 23%, Приволжский и Южный — 11%, Центральный — 39%.



Структура реализации продукции в 2007 г. по регионам России.

Распределение бизнеса по сегментам рынка

В прошедшем году был сделан акцент на укрепление сотрудничества с корпоративными реселлерами: расширен отдел по работе с системными интеграторами и департамент по поддержке корпоративных продаж, внедрены независимые от регулярной кредитной линии индивидуальные схемы финансирования и доставки под проектный бизнес, увеличен штат пресейлов.

Все эти меры позволили увеличить долю бизнеса с системными интеграторами с 23% в 2006 г. до 31% в 2007 г.

Доля компьютерной розницы по сравнению



Распределение бизнеса RSI по каналам продаж.

с позапрошлым годом осталась практически неизменной и составила 16%.

Доля некомпьютерной розницы понизилась до 9%, что объясняется общими тенденциями замедления роста рынка в данном сегменте и избирательностью RSI к работе с теми или иными федеральными сетями. При этом для компании, как для широкопрофильного дистрибьютора, доля ретейл-бизнеса в общем объеме является оптимальной, исходя из существующих и развиваемых продуктовых линеек.

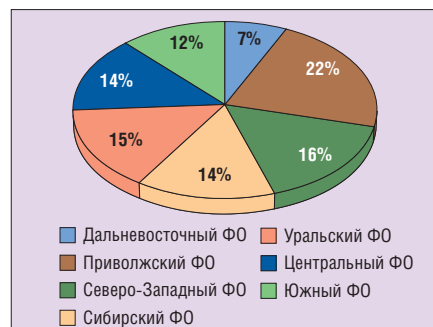
Маркетинговая активность

С каждым годом маркетинг, являющийся важной составляющей бизнеса компании RSI, становится все более целевым и клиенто-ориентированным по сегментам рынка, что повышает эффективность от вложений в него.

2007 г. стал в этом смысле показательным. Было проведено 49 маркетинговых программ для системных интеграторов, 35 — для розницы и 33 — для оптовых компаний.

Всего за год компанией RSI было проведено 24 мероприятия в 9 городах России и 5 странах мира: 7 региональных роад-шоу, 5 мини-дилерских Академий, 6 семинаров в «Учебном Центре RSI», церемония награждения лучших дилеров RSI по итогам работы за 2006 г. «RSI Awards», Академия для системных интеграторов «Integra-2007», «Региональный дилерский форум» для партнеров Центрального федерального округа, «V Форум региональных партнеров», «Без компьютеров» — для московских дилеров, «I Дилерский слет» — продолжение известного проекта «Дилерская Академия».

Всего же в мероприятиях компании RSI приняли участие более 1000 представителей дилерских компаний.



Распределение дилеров RSI по регионам России.