

## СОРЕВНОВАНИЕ ГОРОДОВ - УКРАИНА

### ГРУППА 1

Города, чей средний ежемесячный объем за апрель – июнь 2010 г. составил менее 50 000 очков.

Рост объемов		Продуктивность Супервайзоров			Активные Супервайзоры		
Прирост объема за апрель – июнь 2010 по сравнению с январь – март 2010		Средний объем Супервайзора за апрель – июнь 2010 г.			Процент Активных Супервайзоров в городе, апрель – июнь 2010 г.		
Место в рейтинге	Город	Место в рейтинге	Город	Объем	Место в рейтинге	Город	Процент
1	Николаев	1	Херсон	1453	1	Никополь	78
2	Хмельницкий	2	Хмельницкий	981	2	Кривой Рог	73
3	Кривой Рог	3	Днепродзержинск	917	3	Херсон	73
4	Херсон	4	Кривой Рог	771	4	Мелитополь	73
5	Мелитополь	5	Мариуполь	734	5	Луцк	68
6	Никополь	6	Энергодар	671	6	Запорожье	64
7	Энергодар	7	Луцк	644	7	Макеевка	62
8	Винница	8	Николаев	626	8	Черкассы	62
9	Днепродзержинск	9	Запорожье	566	9	Луганск	60
10	Львов	10	Луганск	517	10	Днепродзержинск	60
11	Луцк	11	Львов	512	11	Мариуполь	56
12	Мариуполь	12	Макеевка	492	12	Львов	55
13	Одесса	13	Севастополь	443	13	Винница	54
14	Полтава	14	Одесса	440	14	Полтава	53
15	Макеевка	15	Черкассы	427	15	Николаев	52
16	Луганск	16	Симферополь	423	16	Энергодар	51
17	Черкассы	17	Мелитополь	397	17	Севастополь	50
18	Симферополь	18	Полтава	389	18	Хмельницкий	50
19	Запорожье	19	Никополь	313	19	Симферополь	49
20	Ивано-Франковск	20	Чернигов	305	20	Чернигов	48
21	Чернигов	21	Ивано-Франковск	217	21	Одесса	46
22	Севастополь	22	Винница	213	22	Ивано-Франковск	31



## РОСТ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ

Город	Сравнение объемов за период январь-март 2010 и октябрь-декабрь 2009, процент	Сравнение объемов за период апрель-июнь 2010 и январь-март 2010, процент
Винница	-10%	13%
Днепропетровск	5%	10%
Запорожье	0,2%	-32%
Ивано-Франковск	-16%	-56%
Кривой Рог	-11%	29%
Луганск	-22%	-25%
Луцк	-39%	-1,4%
Львов	-29%	5%
Макеевка	17%	-24%
Мариуполь	-6%	-5%
Мелитополь	-97%	26%
Николаев	-92%	67%
Никополь	-52%	24%
Одесса	-26%	-12%
Полтава	12%	-21%
Севастополь	25%	-96%
Симферополь	12%	-30%
Херсон	7%	27%
Хмельницкий	23%	49%
Черкассы	11%	-29%
Чернигов	0,3%	-67%
Энергодар	54%	14%

## ГРУППА 2

Города, чей средний ежемесячный объем за апрель – июнь 2010 г. составил от 50 000 до 100 000 очков.

Рост объемов	
Прирост объема за апрель – июнь 2010 по сравнению с январь – март 2010	
Место в рейтинге	Город
1	Донецк
2	Харьков

Продуктивность Супервайзоров		
Средний объем Супервайзора за апрель – июнь 2010 г.		
Место в рейтинге	Город	Объем
1	Донецк	669
2	Харьков	582

Активные Супервайзоры		
Процент Активных Супервайзоров в городе, апрель – июнь 2010 г.		
Место в рейтинге	Город	Процент
1	Харьков	58
2	Донецк	51

## РОСТ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ

Город	Сравнение объемов за период январь-март 2010 и октябрь-декабрь 2009, процент	Сравнение объемов за период апрель-июнь 2010 и январь-март 2010, процент
Донецк	23%	-3%
Харьков	15%	-36%



# HERBALIFE®

## ГРУППА 3

Города, чей средний ежемесячный объем за апрель – июнь 2010 г. составил более 100 000 очков.

Рост объемов		Продуктивность Супервайзоров			Активные Супервайзоры		
Прирост объема за апрель – июнь 2010 по сравнению с январь – март 2010		Средний объем Супервайзора за апрель – июнь 2010 г.			Процент Активных Супервайзоров в городе, апрель - июнь 2010 г.		
Место в рейтинге	Город	Место в рейтинге	Город	Объем	Место в рейтинге	Город	Процент
1	Киев	1	Днепропетровск	770	1	Днепропетровск	73
2	Днепропетровск	2	Киев	718	2	Киев	72

## РОСТ ОБЪЕМОВ ПРОДАЖ

Город	Сравнение объемов за период январь-март 2010 и октябрь-декабрь 2009, процент	Сравнение объемов за период апрель-июнь 2010 и январь-март 2010, процент
Днепропетровск	1%	-7%
Киев	-4%	7%

## Соревнование городов – Комментарии

Соревнование городов проводится на основании трех основных параметров:

- **Рост объема продаж** в городе за последний квартал по сравнению с предыдущим кварталом
- **Продуктивность Супервайзоров** – средний объем Супервайзоров в городе за последний квартал
- **Активность Супервайзоров** – процент Активных (размещающих заказы) Супервайзоров в городе за последний квартал

Эти три параметра демонстрируют количественный и качественный рост бизнеса в городе, и поэтому каждый город стремится улучшить свои показатели во всех рейтингах.

Для того, чтобы двигаться вверх и демонстрировать стабильный рост, все организации, работающие в городе, должны объединиться и создать Группу Стратегического Планирования на основе лидеров города и их вышестоящих спонсоров. Группа Стратегического Планирования (ГСП) разрабатывает перспективный план на год.

**Рост объема продаж** складывается из количества Супервайзоров и их средней продуктивности.

**Продуктивность Супервайзоров** складывается из следующих факторов:

- Персональное использование продукции (Супервайзор + семья)
- Розничные продажи клиентам
- Оптовые заказы Дистрибьюторов

**Активность Супервайзоров** показывает, насколько развита в городе система тренингов и развития Супервайзоров и план развития бизнеса и доходов.

Чтобы увеличивать **продуктивность Супервайзоров**, необходимо поддерживать все три составляющие на высоком уровне, используя необходимые для этого методы продаж, обслуживания и сохранения клиентов, а также систему тренингов для Дистрибьюторов.

**Количество Супервайзоров** в городе будет увеличиваться при следующих условиях:

- Наличие прибыльной модели работы для Супервайзора
- Критическая масса успешных Супервайзоров в городе
- Супервайзоры умеют профессионально рассказывать свою историю успеха
- В городе развиты эффективные и дублируемые методы работы: клубы, Группы поддержки и другие
- В городе развита система тренингов и подготовки Дистрибьюторов и Супервайзоров
- Система развития и поддержки Дистрибьюторов предполагает активную помощь спонсоров в рамках Академии успеха, программы «20 шагов», домашних кружков, а также практической помощи в развитии клиентской и Дистрибьюторской базы
- В городе активно продвигаются новые дополнения к Маркетинг Плану с целью предоставления всем Дистрибьюторам возможности двигаться вперед
- Спланирована и налажена успешная система общегородских мероприятий: Школы Супервайзоров, «Почему Гербалайф Почему Сейчас», семинары и т.д.
- В городе высокая сохраняемость (реквалификация) Супервайзоров благодаря акценту на прибыльной модели и возможности роста в бизнесе
- Создание и поддержание положительного имиджа Гербалайф в городе

Если вышеуказанная программа действий в городе активно работает, это будет приводить к росту **Активности и Продуктивности Супервайзоров**. И как результат, в городе будет наблюдаться рост объема продаж и движения лидеров вверх по Маркетинг плану.