

Дмитрий Ткач

КОММЕРЧЕСКИЙ ДИРЕКТОР, 80 000 ГРН.

🔄 17 жовтня 2023 📍 Місто: [Київ](#)



Вік: 43 роки

Режим роботи: повний робочий день, віддалена робота

Категорії: Керівництво, Торівля, продажі, закупівлі

[Увійдіть](#) або [зареєструйтеся](#) на сайті як роботодавець, щоб бачити контактну інформацію.

Опис

Ткач Дмитро Олександрович

На позицію Операційний Директор

Очікуваний дохід від 80 000 грн.

Освіта:

2003 р. Мукачівський державний університет

Бухгалтерський Облік та Аудит

2019 р. Диплом ACCA ДипІФР

(Міжнародна Фінансова Звітність)

2020 г. Диплом CIA (Дипломований Внутрішній Аудитор)

Досвід роботи:

01.2021 р. - по т/ч. Група компаній Data Group Corp.

Посада: Операційний Директор

Обов'язки:

-Управління департаментом маркетингу, підрозділи:

-Асортиментної та цінової політики,

-Маркетингових комунікацій,

-Стратегії та аналізу,

-Планування діяльності підрозділі за ключовими KPI (валовий прибуток, оборотність, -рівень знання і сприйняття бренду, реалізація проектів розвитку);

-Контроль за виконанням плану;

-Мотивація персоналу;

-Оптимізація бізнес-процесів;

-Забезпечення взаємодії всередині департаменту, з іншими структурами компанії.

-Розробка і реалізація профільних стратегій:

-Максимізація валового прибутку компанії в середньо-строковій перспективі,

-Розвитку продуктового портфеля і його позиціонування (цінової стратегії),

-Розвитку продажів: географія, система дистрибуції,

-Маркетингових комунікацій,

-Підвищення ефективності використання активів компанії

Досягнення:

Підвищено маржинальність операцій на 20% (з 25% до 45%);

Оптимізовано оборотність: на 10% знижено наднормативний запас, забезпечено повне задоволення попиту;

Розроблено та впроваджено нову політику продажів компанії (збільшення обороту на 3%, маржинальності на 10%, ROI на 25%);

Підвищено на 30% ефективність маркетингового бюджету;

Компанія вийшла на 3 нових ринків із забезпеченням частки 4% протягом 1-го року;

В асортимент введено понад 50 нових продуктів;

Розроблено та впроваджено нову орг. структуру підрозділу;

Впроваджено систему замкнутого ковшного планування, що забезпечує оперативну адаптацію діяльності компанії до змін зовнішнього середовища;

Точність оперативного прогнозування - 98%;

Формалізовано та реалізовано процедуру виведення нових продуктів/виходу на нові ринки;

Систематизовано процедуру періодичного зовнішнього моніторингу: макро-економіка, конкуренти, регіони, ринкові тренди і тенденції, що істотно підвищила прозорість і точність прогнозування;

У 4 рази збільшено маркетингову активність (акції, POSM, PR і реклама, виставки тощо);

Розроблено унікальний для ринку інструментарій просування націлений на професійних посередників.

10.2019 - 07.2021 р. Міжнародний Холдинг Jabil

Посада: Операційний Директор (підпорядкування Генеральному директору; у підпорядкуванні 200 чол.)

Обов'язки:

- Управління комерційним департаментом: (власна роздрібна мережа 60 магазинів, відділ оптових продажів, відділ асортиментної політики, відділ маркетингових комунікацій);

- Планування діяльності підрозділі за ключовими KPI;

- Контроль за виконанням плану;

- Мотивація персоналу;

- Оптимізація бізнес-процесів;

- Забезпечення взаємодії всередині департаменту, з іншими структурами компанії;

- Формування комерційної стратегії компанії, розробка і реалізація політик:

- Розвитку роздрібною мережі (формати торгових точок, регіональний розвиток, просування),

- Побудови дистрибуції (плани розвитку регіонів, комерційні умови),

- Асортименту (формування колекцій, цінової політики),

- Маркетингових комунікацій (брендинг і фірмовий стиль, ATL-BTL активність, проведення заходів);

Досягнення:

Сформовано стратегію продажів на 3 роки;

Оптимізовано структуру відділу оптових продажів, розроблено систему мотивації (цільове підвищення ККД на 15-20%);

Розроблено та впроваджено систему стимулювання дистрибуції, націлену на просування торгової марки;

Розроблено франчайзинговий пакет;

Підвищено ефективність продажів у роздробі на 15% (оборот, прибутковість з кв.м.);

Відкрито 15 торгових точок власної роздрібної мережі;

Впроваджено систему мотивації торгового персоналу, що забезпечує досягнення цільових показників (оптимізація товарного запасу, підвищення прибутковості);

Оптимізовано асортимент (розвиток сконцентровано на масових високоприбуткових сегментах, збільшено ліквідність колекції на 25%, період окупності витрат на R&D знижено на 30%);

Розроблено стратегію маркетингових комунікацій на 3 роки;

Оптимізовано комунікаційний бюджет;

Підготовлено ТЗ на впровадження ERP системи в блоках продажів і маркетингу

З нуля створено департамент маркетингу (набір персоналу, регламентація діяльності, взаємодія з іншими структурами компанії);

Розроблено і виведено на ринок понад 6 нових товарних груп. Сконцентровано розвиток на високо-технологічних і швидкозростаючих ринках;

Оптимізовано систему ціноутворення, що дала змогу збільшити прибуток на 10%;

Успішно реалізовано кілька тендерних проєктів з оборотом від 1 до 20 млн \$;

Розроблено 3 бізнес-плани розвитку компанії на 5 років;

Проведено моніторинг і аналіз ринку постачальників, що дав змогу знизити собівартість за різними напрямками від 3 до 15%;

Оптимізовано товарно-проєктний портфель компанії за рахунок закриття низько-рентабельних або збиткових напрямків і розвитку високомаржинальних проєктів;

Проведено дослідження і сформовано план розвитку компанії на нових територіальних ринках (Казахстан, СНД, Східна Європа);

Підготовлено та здійснено низку стратегічних поглинань (M&A);

Підготовлено та впроваджено план структурної реорганізації компанії за матричним принципом;

Розроблено план розвитку нових каналів збуту (І-нет, корпоративні продажі, мережева-роздріб); плановане збільшення обороту на 30%, середньої націнки на 10%;

Сформульовано та впроваджено ODM-модель бізнесу, націлену на формування унікальної товарної пропозиції, перепозиціонування марки і збільшення прибутковості операцій на 5-10%;

Розроблено план оптимізації робочого капіталу (зниження дебіторської заборгованості, збільшення кредитних ліній, оптимізація товарного запасу); збільшення оборотності в 1.5 раза.

01.2019 - 11.2020 р. Торгова Компанія Квіти Закарпаття

Посада: Комерційний Директор (в підпорядкуванні 120 чол.)

-Керівництво комерційним підрозділом компанії, (відділ продажів, відділ реклами, відділ маркетингу, відділ ЗЕД, закупівель і товарних менеджерів);

-Розробка, формування та затвердження асортиментної, цінової, клієнтської, регіональної та рекламних політик, контроль за виконанням;

-Структурування та реорганізація підрозділів;

- Забезпечення ефективної взаємодії між підрозділами;
- Кадрові питання;
- Принципи мотивації співробітників;
- Формування, затвердження та контроль планів продажів, закупівель, маркетингових і рекламних акцій;
- Затвердження комерційних умов для партнерів;
- Затвердження постачальників і нових клієнтів;
- Ініціалізація та контроль проведення PR акцій (конференції, семінари, навчання);

Досягнення:

Розроблено та впроваджено систему ціноутворення, клієнтську та регіональну політики, що дали змогу збільшити продажі більш ніж на 20%;

Реструктуризовано відділ продажів, введено регіональне ділення, що дало змогу оптимізувати діяльність відділу;

Розроблено та впроваджено систему мотивації співробітників відділу продажів, що дала змогу переорієнтувати персонал на досягнення стратегічних цілей компанії;

Впроваджено маркетинг-орієнтовану систему формування модельних рядів;

Проведено перерозподіл інвестицій між товарними групами, що збільшило коефіцієнт оборотності.

2015 – 2019 р. Компанія Philips

Посада : Операційний директор (в підпорядкуванні 130 чол.)

-Керівництво різними проектами по виведенню і просуванню власних OEM брендів побутової техніки та радіоелектроніки на ринок країн СНД (DVD, LCD TV, MP 3, аудіо-відео, цифрові камери, електро-інструмент і т.д.);

-Розробка, контроль і координація всіх етапів реалізації проекту:

-Визначення стратегічного плану,

-Організація і проведення маркетингових досліджень конкурентної ситуації на внутрішньому ринку і OEM постачальників південно-східної Азії,

-Формування асортименту,

Переговори з виробниками, постачальниками, підрядниками,

-Визначення комплектації,

-Адаптація продукту до вітчизняного ринку,

-Контроль логістики,

-Проведення рекламних кампаній та акцій з просування,

-Переговори з клієнтами,

-Формування стратегії та політики продажів,

-Участь в організації сервісного обслуговування,

-Керівництво проектами з локального складання продукції EMS сторонніми підрядниками -(TV, пылесосы, вентиляторы, пральные машины);

-Керування діяльністю власної роздрібною мережі (6 точок), що спеціалізується на дистрибуції широкого асортименту побутової техніки та електроніки (планування, формування асортименту, цінова політика, мерчендайзинг, робота з вендорами та дистриб'юторами, закупівлі, розробка та проведення акцій з просування і стимулювання продажів і персоналу);

Досягнення : Успішне виведення на ринок нових брендів і товарних груп побутової техніки та радіоелектроніки Hyundai, Scarlett, Soundmax, Verlony (щорічне зростання продажів 60%); Розроблено та впроваджено систему замовлення і розподілу запчастин для сервісного обслуговування; Досконально вивчено ринок OEM постачальників південно-східної Азії, налагоджено особисті стосунки з ключовими фігурами в багатьох організаціях; Досягнуто домовленостей про довгострокову співпрацю та налагоджено особисті стосунки з більшістю ключових виробничих

конгломератів у Південно-Східній Азії; Оптимізовано і регламентовано систему підготовки продукту до виробництва, скорочено часові витрати на 30%; Організовано та регламентовано діяльність власної роздрібної мережі, щорічне зростання обороту 40%.

Мови : Українська та російська – вільно, Англійська - Upper Intermediate

PC : Впевнений користувач: MS Office, ERP SAP, ERP Microsoft Dynamics AX, 1C8. BAS

Навики роботи у Power BI та Google Data Studio