

ДМИТРИЙ ЛЕОНОВ: РЕЗЮМЕ, ПОРТФОЛИО.

Родился в 1969 г. в Москве, в 1992 закончил МГТУ им. Баумана, где в 1995 получил ученую степень Кандидата Технические Наук.

Женат, четверо детей в возрасте 2, 4, 9 и 17 лет.

Заместитель Председателя Правления Руспродсоюза, главный редактор журнала РОСТ Союза Независимых Сетей РФ, член клиентского комитета Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг.

Провел более 100 публичных выступлений в качестве модератора и спикера отраслевых конференций и издал более 20 печатных работ в области потребительских товаров, управления персоналом, продаж и переговоров.



В 1995 - 2010 РЕАЛИЗОВАЛ ПРОЕКТЫ В КОМПАНИЯХ:

Время работы	Компания	Должность	# подчинённых	Ответственность, \$ млн
2008 - 2010	ГК Разгуляй	Генеральный директор субхолдинга	40 чел	\$60 млн
<p>1) За год «с нуля» разработал маркетинговую стратегию мультикатегорийного бренда, законтрактовал Тандер, Metro, Auchan, X5, увеличил долю рынка с 0 до 6%, взвешенную дистрибьюцию с 2 до 48%.</p> <p>2) За год «с нуля» наладил работу с пивоваренным ячменём, \$1млн EBITDA. Идентифицировал и внедрил технологии подработки и хранения, реконструировал элеваторы, законтрактовал Балтику, InBev, Heineken, начал производить ячмень по «семенной программе».</p>				
2007-2008	Бунге	Директор по продажам, РФ и СНГ	100 чел	\$100 млн
2005 - 2007	Филип Моррис	Управляющий по продажам, Москва	60 чел	\$250 млн

2003 - 2005	Большевик (ГК Данон)	Директор по продажам, РФ и СНГ	500 чел	\$120
В рамках подготовки кондитерского бизнеса к продаже ежегодно увеличивал продажи и прибыль на 40% с возвратом ROI через 2 года. Разработал и внедрил стратегию роста качественной дистрибьюции в 80'000 ключевых розничных точках через набор и управление 450-ю эксклюзивными агентами.				
2001 - 2003	Пепси Боттлинг Групп (ПепсиКо)	Менеджер по торговым операциям, РФ	4 чел	\$100 млн
После 3-х месячного OOS и последующего восстановления поставок в РФ сэзков продажи стали на 30% ниже АППГ. За год я увеличил продажи +20% отн. АППГ при росте рынка 10%. Спроектировал и запустил новую цепочку товародвижения, внедрил модель двух дистрибьюторов на территории, поставил функцию торгового маркетинга по продукции Фрито.				
1995 - 2001	Фрито Лэй	Территориальный менеджер, Москва	60 чел	\$20 млн

В 2011 Г НАЧАЛ КОНСАЛТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

для выполнения кросс-функциональных проектов создал и возглавил сообщество профессиональных консультантов NEOCODE, привнеся философию бизнеса:

Миссия	Делаем бизнес осознанным
Видение	Мы – команда высокоэффективных консультантов. Наши компетенции взаимно-дополняют друг друга. Мы стремимся к совершенству, делая свою работу. Наши клиенты - компании, нацеленные на развитие своего бизнеса, нуждающиеся в изменении бизнес-модели в условиях стагнации экономики и бурного роста новых технологий.
Ценности	Профессионализм. Мы признанные эксперты в своих индустриях, наши компетенции подтверждены успешными проектами и аудитами международных компаний. Ответственность. Мы отвечаем своей репутацией за свои проекты и сопровождаем клиента до успешной реализации. Целостность. Мы беремся за реализуемые проекты, потому что уважаем своих клиентов.

ВЫПОЛНЕННЫЕ ЛИЧНО МНОЙ ПРОЕКТЫ В 2011-16 ГГ :

HR-КОНСАЛТИНГ

Executive Search	
StantonChase International	<ul style="list-style-type: none"> В роли партнера российского офиса реализовал стартап мировой Executive Search компании. Привлек и успешно завершил 9 проектов (retainment) по поиску генеральных и функциональных директоров для мультинациональных и российских компаний.
Дядя Ваня, Сульдин, Злата	<ul style="list-style-type: none"> Привнес эффективную технологическую цепочку привлечения кандидатов. Выполнил ключевые этапы в цепочке. Техническую работу выполнили сотрудники клиента.
HR-процессинг	
Группа Renault-Nissan	<ul style="list-style-type: none"> В роли эксперта в рабочей группе реформировал стандарты внутрикорпоративных QMS HR процессов и выровнял их со стандартами ISO на производстве. Изменил управленческие периметры, приоритизировал и процессировал управляющие и ядерные функции.
Центр оценки и развития	
Олтри, Дядя Ваня, Сульдин, Злата, Гарден Ритейл Сервис, Царицыно	<ul style="list-style-type: none"> Согласовал стандарты оценки с клиентом. Провел центры оценки сотрудников отдела продаж всех уровней, включая групповые и индивидуальные задачи. Консолидировал и выдал ОС клиенту и участникам, рекомендовал состав кадрового резерва.
Модель компетенций и лидерства	

<p>Кубань-Сласть, Злата, Дядя Ваня, Веир Минералз</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Реформирование системы компетенций и модели лидерства, их формализация и внедрение через тренинги, стандарты и коучинг.
<h3>Внутрикорпоративный Университет</h3>	
<p>Веир Минералз</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Совместное проектирование и создание внутреннего Корпоративного Университета.
<h3>Системы мотивации</h3>	
<p>Кубань-Сласть, Злата, Дядя Ваня, Дессан</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Рекомендовал улучшения системы монетарной и немонетарной мотивации с анализом показателем и составлением ТЗ для их расчета в ИТ.
<h3>Развитие кадрового резерва</h3>	
<p>Очаково</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Реализация программы обучения кадрового резерва с целью развития стратегического мышления, в т.ч. через «case-study» на базе Insead.
<h3>Оценка кандидатов в руководители отдела продаж</h3>	
<p>Дядя Ваня, Сульдин, Злата, Гарден Ритейл Сервис, Русская Консервная Компания</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Провел свыше 30 интервью кандидатами в коммерческие директора с глубоким раскрытием профессиональных навыков, требуемых заказчику, центров оценки с решением адаптированных для каждой компании бизнес-кейсов, а также групповых упражнений.

БИЗНЕС-КОНСАЛТИНГ

2011-2012 гг. Пирро-Груп.

Стартап первого Российского производства плит из пенополиизоцианурата - теплоизоляционного негорючего материала нового поколения.

- Провел анализ рынка (2.600 СКЮ) с дифференциацией по местам применения, конструкционным свойствам, теплопроводности и стоимости на базе поставки Ex-W с заводов.
- Агрегировал эти конкурентные продукты и сегментировал получившиеся группы, создал и противопоставил каждому из этих сегментов потребительское и торговое УТП.
- Разработал торговое и потребительское позиционирование продукта.
- Провел встречи с крупнейшими потенциальными заказчиками, экспертами, лидерами мнений, регуляторами рынка и сертифицирующими органами, тем самым проверив гипотезы позиционирования и согласовав протоколы о намерении взаимодействовать.
- Провел работу с проектными институтами о заведении продукта в разрабатываемые проекты зданий, выявил потребности ГИП и ГА в сервисе.
- Разработал маркетинговую и сбытовую стратегии по выводу на рынок, создал детализированный бизнес-план (300.000 знаков) по всем функциям (IT, HR, Производство, СБ и т.д.) и инвест-меморандум.
- Как отдельное направление написал бизнес-план для продвижения ПИР в системах приточно-вытяжной вентиляции.
- По инвест-меморандуму в Сбербанке привлечены 611 млн руб инвестиций, в 2014 в г. Саратов построен завод. Планы по продажам и прибыли выполняются.

2014 г. Manutan

Для интернационального B2B дистрибьютора (€500 млн, 120.000 СКЮ) по заказу международной штаб-квартиры провел консультационные работы по выводу российского подразделения в зону прибыльности:

- Изучил «лучшие практики» компании во Франции и Великобритании.
- Провел аудит бизнес-процессов российского подразделения, сделал анализ разрывов с «лучшими практиками», приоритезировал точки разрывов.
- Провел интервью с клиентами (глубинные индивидуальные, фокус-группы, анкетирование), выявил сегменты потребителей, мотивацию и барьеры в каждом из них.
- Создал УТП для каждого сегмента, разработал стратегию и конкретный план действий, основанный на дифференциации подхода к клиенту в зависимости от его

жизненного цикла и территориальной специфики бизнеса в России

2012 – 2016 гг. Гарден Ритейл Сервис

Для лидера в производстве товаров для сада и огорода (3000 СКЮ) в течение 3-х лет провел следующие работы:

- Выделены и описаны Миссии и Видение трех ключевых функций – Продаж, Производства, Цепочки Поставок, произведена их увязка на стратегическом уровне.
- Разработал ПО на основе Qlik, модели 10-ти летнего развития рынка с учетом географического роста ключевых розничных клиентов и с детализацией до СКЮ (8 измерений: каналы, территории, категории, сценарии и тд), 5 мер (top line & physical parameters, bottom line, gross margin, market-share).
- Разработано 10-ти летнее видение ассортиментной матрицы профильных сетей в рабочих категориях, с учетом ввода СТМ, сокращения посредников-логистов и подрядчиков по производству, стратегий владельцев действующих веществ. Оценены потенциал роста, финансовая привлекательность, возможности и ROI производства подкатегорий, где долгосрочно структурно возможно сохранить или получить доминирование или лидерство. Оценена возможность развития брендозависимости в категориях и подкатегориях.
- С учетом проведенного анализа пересмотрен подход к портфелю продуктов, выделены “core” категории, обоснован вход в новые ёмкие категории, принято решение заморозить развитие в остальных категориях (пятилетний поканальный/территориальный вывод категорий из ассортимента).
- Проанализированы точки доступа к стратегическому сырью и предложены варианты вертикальной интеграции компании на сырьевой уровень. Оценена синергии добычи, производства и хранения.
- Рассмотрены и проведена оценка стоимости 6-ти структурных вариантов цепочки поставок: производство – розничные точки. Создана логистическая и финансовая модель DSD до розничных точек продаж с расчетом положений о прибылях и убытках на уровне города, написано соответствующее ПО на VBA.
- Проект в функции продаж: аудит стандартов, процессов и процедур; рекомендации в областях внедрения циклового планирования, стандартов переговоров и подготовки в канале современной торговли, института наставничества, центра обучения, оценки и развития с выделением кадрового резерва, программ лояльности для розницы, торговых условий дистрибьюторов, оценка возможностей конверсии канала 3PD в DSD – ключевых факторов успеха, барьеров и бизнес-индикаторов и стратегии реализации.
- Проект в функции управления цепочками поставок: выявление потребностей клиентов, характеристик существующих и планируемых цепочек поставок, сегментация клиентов, структура формирования цены (стоимости операций) в

рамках сегментов клиентов, установка целевого уровня сервиса для каждого сегмента (поканального и регионального) клиентов, документирование регуляторных механизмов планирования производства и системы продаж для каждой из цепочек продаж.

Стратегическое планирование: установка целевых показателей по группам товаров и по сегментам клиентов на долгосрочную перспективу. Оценка возможностей реализации целевых показателей в рамках имеющейся инфраструктуры.

Планирование изменений производственной инфраструктуры и логистической сети для достижения плановых показателей.

Оптимизация существующих цепочек поставок: процессов и технологий в складской логистике - анализ товародвижения, аудит существующих процедур работы на складе, предложение по реорганизации складских зон.

Оптимизация транспортной логистики: анализ товаропотоков и предложения по оптимизации схемы доставки ж/д транспортом, модернизации информационной инфраструктуры.

2013 г. Металл-Дон

Для завода по производству металлоконструкций, горячего цинкования и сэндвич-панелей:

- Проведена диагностика бизнес-процессов в зоне продаж, маркетинга и производства, исследование рынка сбыта по продуктам и конкурентного окружения.
- В соответствии с возможностями производства, разработана детализированная маркетинговая стратегия, на основе которой предприятие разработало новую линейку типовых быстровозводимых зданий и конструкций. Предложены УТП по каждому из товарных направлений и клиентских сегментов рынка,

2015 – 2016 гг. Weir Minerals

Для мирового лидера по оборудованию для горно-обогатительных комбинатов:

- Модерировал стратегические сессии среди Senior Management по созданию Видения рынка и компании в долгосрочной перспективе, увязанное с мировой Миссией и Видением Компании, и соответствующих конгруэнтных стратегий развития продаж и маркетингования товарных групп с учетом покупок компаний на мировом уровне и конкурентной ситуации на российском рынке. На основе ССП создал долгосрочные бизнес-планы для ключевых функций компании.
- Подготовил повестку и контент соответствующих стратегических сессий, каскадировал видение и стратегии на уровень территориальных менеджеров и исполнителей для конвертации стратегий в тактические планы действий на уровне

территорий и предприятий.

2015 г. General Electric

- Для подразделения B2C смоделирован ряд сценариев цепочки поставок, произведена сегментация розничных клиентов, обоснована и предложена кросс-продуктовая схема дистрибьюции продукции.

2015 г. Олтри – интегратор на рынке медицинских безрецептурных препаратов и потребительского оборудования:

- Провел экспертизу Коммерческой политики и выдал рекомендации по улучшению.
- Участвовал в формировании Стандарта Переговоров и финансовой модели работы с дилерами и розничными сетями, с учетом продуктовой экспансии.
- Провел центр оценки сотрудников отдела продаж согласно созданному Стандарту Переговоров.
- Подготовил и провел презентацию на клиентской конференции.

2016 г. Северсталь

В качестве привлеченного эксперта выполнил работы:

- Конкурентный анализ; определение позиционирования брендируемых продуктов компании на рынке.
- Уточнение философии бренда. Формирование особенностей продвигаемого продукта, анализ требований потребителей к продукту, выявление преимуществ\недостатков продукции.
- Определение целевых потребительских сегментов (потребителей первого уровня (B2B), второго уровня (B2C) и каналов продвижения).
- Формирование концепции, формирование рекламной кампании, формирование программ продвижения продуктов для потребителей первого уровня (B2B).
- Предложение торговых условий и основных положений коммерческой политики для работы с дилерами.

МойМеханик, Snabway, Дядя Ваня, Дессан, Злата, Сульдин, Круг, Кубань-Сласть, Русаэрологистик, Мегалайт-авто, Натур-продукт и другие.

Разноплановые проекты различного объема и содержания. Пример результата - расходы на мерчендайзинг сокращены на 15 млн руб в год при сохранении качества покрытия.

ТРЕНИНГИ

	<h3>Продажи и переговоры</h3>
<ul style="list-style-type: none"> ■ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Курс из 4-х тренингов по продажам и переговорам <ol style="list-style-type: none"> 1. Классические переговоры (Стандарт переговоров). 2. Продвинутые приемы переговоров, эффективная работа с жестким переговорщиком и манипулятором, техники win-win. 3. Применение и развитие эмоционального интеллекта в переговорах (в России другими тренерами не проводится) 4. Стратегическое управление ключевыми клиентами. ■ Контент тренингов уникальный, составлен совместно группой внутренних тренеров компаний, HR-менеджеров, менеджеров по закупкам, продавцов и руководителей различных уровней. ■ На тренингах используется компьютерное моделирование (как бизнес-симулятор «StoreWars»), оно обеспечивает взаимодействие между участниками, имитирует процессы в бизнес-среде, позволяет рассчитать и проанализировать финансовый результат проведенных переговоров. ■ Между тренингами навыки закрепляются при помощи специального ПО - он-лайн-тренажера (тренер дает письменную обратную связь по записанным ролевым играм участников, игры – поединки между парами участников - проходят он-лайн, в удобное участникам время). ■ Тренинги адаптированы под специфику различных индустрий <ul style="list-style-type: none"> - DIY (Стройлайн, Гарден Ритейл Сервис, Снабвэй и тд), - Fashion (Люкшери Продактс, Амер Спортс и тд), - B2B (Сибур, Джон Дир, Веир Минералз, Стеклонит, Пирро-Груп и тд) - Дистрибьюторы (Ставхолдинг, Молочный Мир, Севко, СПД Польшакова тд). ■ В 2014 г совместно с Русспродсоюзом (ассоциация из 400 поставщиков в розничные сети) созданы специализированные тренинги для КАМ, использующие опыт взаимодействия Русспродсоюза с сетями, полностью адаптированных под продажи в сети. Двухдневные тренинги проводятся в открытом формате, в 2014-2016 гг обучение прошли 700 участников из 100 компаний. ■ Клиенты Академии Русспродсоюза: <p>Дымов, Мареван, Русагро-Масло, Очаково, Риттер Спорт, Агрохолдинг Московский, Объединенные кондитеры, Владимирский Стандарт, Аквалайф (Черноголовка); Симпл, Архыз, Генеральские Колбасы, Раменский Мясокомбинат, Три кита, Капитан; Янышев, МакКормик (Камис), Кохмайстер Рус, Балтимор; МААГ, Интерагросистемы (Вико), Царь-Град, Бодегас Вольдепабло, Алкоторг (Татспиртпром); Мистраль, Де Чекко (1-я</p>

	<p>Макаронная Компания), Русское Поле, Акульчев, Круг, Победа, Орион; Савушкин Продукт, Молочный Мир; Грэйн-Холдинг, Владимирский Хлебокомбинат, Петровские Нивы; Севко, Л'Арго, Диарси, Фабрика Овощей, Эксим Пасифик, ТД Сандер, Русский Лес, Мааг, АММА, ГК Планета, ПО Маска, Русский Лес, ТД Ичалки, Шоколэнд, Бородинское, Деликатес-трейд, Адыйская Соль, Арт-Ам, Сокол, Орланэко, Экопродукт, Репьёвский крупозавод, Молторг, Круглый год и др.</p>
	<h3 style="text-align: center;">Тренинги по созданию презентаций</h3> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Формат тренинга – мастерская, вы приходите с целью конкретной, нужной вам для работы презентации и ее тезисами, на выходе из мастерской у вас практически готовая презентация, с полученной обратной связью. ▪ Качество подачи материала: тренер – признанный спикер отрасли. ▪ Высокое качество слайдов, раздаточных материалов, рабочих тетрадей. ▪ Клиенты – Газпром, Веир Минералз, Дядя Ваня, Гарден Ритейл Сервис, Отели Сокос.
	<h3 style="text-align: center;">Управленческие тренинги</h3> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Искусство управления командой на основе методик «Осознанного бизнеса» Фреда Кофмана. Курсы для начинающих и продвинутых менеджеров. ▪ Использование недетерминированных кейсов Insead (например кейсы с мировыми примерами стратегий Wall Mart на различных рынках) и Русспродсоюза с российскими сетями с подробным разъяснением современных и эффективных методик решения. ▪ Мозговые штурмы проводятся по инновационным методикам с использованием современных модерационных инструментов. ▪ Тренинги проводятся после изучения ценностей компании и адаптации тренинга под них. ▪ Клиенты: Кубань-сласть, Очаково, Веир Минералз, Гарден Ритейл Сервис.

ПУБЛИКАЦИИ

№	Журнал	Год	Название статьи	# знаков
1	ИД Гребенников. Управление каналами дистрибуции.	2009	Стратегии построения эффективных систем дистрибуции».	27 тыс
2	ИД Гребенников. Управление каналами дистрибуции.	2009	Принципы построения коммерческой политики предприятия.	29 тыс
3	ИД Гребенников. Управление каналами дистрибуции.	2009	Принципы построения политики торгового маркетинга.	57 тыс
4	Управление магазином.	2011	Вернуться ли сети в опт?	9 тыс
5	РОСТ Союза Независимых Сетей России.	2012	Чтобы удержаться в торговой сети, надо знать своего байера лучше, чем себя.	14 тыс
6	ИД Гребенников. Управление каналами дистрибуции.	2012	История и прогноз развития розничных торговых сетей в России.	55 тыс
7	Управление магазином.	2012	Скованные одной цепью.	31 тыс
8	ИД Гребенников. Бренд-менеджмент.	2012	Проблемы и возможности собственных торговых марок розничных сетей в России.	44 тыс
9	Управление магазином.	2012	Состояние и перспективы. Развитие розничных торговых сетей в России.	26 тыс
10	РОСТ Союза Независимых Сетей России.	2012	Дать стимул.	9 тыс
11	Управление магазином.	2012	Игры Соло. Тенденции развития собственных торговых марок розничных сетей.	21 тыс
12	marketing-magazine.ru	2013	Как попасть в розничную сеть?	21 тыс
13	Управление магазином.	2013	Особенности национального рекрутмента.	29 тыс
14	ИД Гребенников. Личные продажи.	2013	Система найма агентов по недвижимости.	48 тыс
15	Управление магазином.	2014	Несъедобное, но полезное.	13 тыс
16	Стратегический менеджмент.	2014	Осознанный бизнес.	19 тыс
17	www.e-xecutive.ru/management/practices/1985084-kak-korporativnaya-kultura-postavshchika-vliyaet-na-prodazhi-v-torgovye-seti	2016	Как корпоративная культура Поставщика влияет на продажи в торговые сети	15 тыс
18	www.e-xecutive.ru/management/sales/1985210-praktikum-postavshchika-kak-pobedit-v-peregovorah-s-torgovoi-setu#comments	2016	Практикум поставщика: как победить в переговорах с торговой сетью	10 тыс
19	www.nastoL.ru/Go/ViewArticle?id=4828	2016	Ключевые аспекты и рекомендации при начале сотрудничества с торговыми сетями	8 тыс
20	www.new-retail.ru/business/epic_fail_tipichnye_oshibki_postavshchika_pri_nachale_sotrudnichestva_s_torgovymi_setyami9749/?sphrase_id=59280	2016	Типичные ошибки поставщика при начале сотрудничества с торговыми сетями	8 тыс
21	www.new-retail.ru/business/praktikum_postavshchika_vybor_strategii_i_otsenka_effektivnosti_promo_aktiy_v_torgovykh_setyakh2718/	2016	Выбор стратегии и оценка эффективности промо-акций в торговых сетях	16 тыс

КОНТАКТЫ

dleonov@neocode.pro

+7 (916) 600-17-69.

ru.linkedin.com/in/dmitriyleonov

www.facebook.com/dmitriyleonov