http://english.2009deaflympics.org/ezfiles/27/1027/img/17/op-7.gif

**АНКЕТА**

**КАНДИДАТА В ДИЛЕРЫ LUXGEN**

**(КОНФИДЕНЦИАЛЬНО)**

**ИНФОРМАЦИЯ О КАНДИДАТЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Дата заполнения | |  |
| Город (Местонахождение компании) | |  |
| Название компании | |  |
| Список учредителей на дату заполнения, укажите их доли | |  |
| Укажите организационную структуру компании и ее подразделений. Укажите все филиалы, дочерние предприятия, совместные предприятия. Укажите их названия. | |  |
| Перечень видов деятельности компании | |  |
| Основной бизнес компании | |  |
| Город, в котором находится головной офис компании | |  |
| Web-site компании | |  |
| Основное контактное лицо | Фамилия |  |
| Имя |  |
| Отчество |  |
| Должность |  |
| Моб. Тел. |  |
| e-mail |  |
| Почтовый адрес компании | Регион |  |
| Город |  |
| Улица |  |
| Дом / Стр. |  |
| Офис |  |
| Форма собственности | |  |
| Дата и место регистрации компании | |  |
| Если компания входит в группу лиц, опишите структуру группы (холдинга) | |  |
| Основной телефон компании | |  |
| Основной E-mail компании | |  |
| Контакты генерального директора | Фамилия |  |
| Имя |  |
| Отчество |  |
| Должность |  |
| Моб. Тел. |  |
| e-mail |  |
| Уставный капитал | |  |
| **ОПЫТ РАБОТЫ В АВТОМОБИЛЬНОМ БИЗНЕСЕ** | | |
| Опыт работы компании в автомобильном бизнесе, (кол-во лет) |  | |
| Перечислите наименования официальных автомобильных брендов в портфеле вашей компании и укажите их общее количество |  | |
| Укажите о наличие в портфеле автомобильных брендов сегмента LUXURY |  | |
| Производители автомобилей каких стран имеются в вашем портфеле (например: Европа, США, Корея, Япония, Китай, Россия). Перечислите их. |  | |
| Сколько и каких брендов из Вашего портфеля расположены в рассматриваемом городе (регионе) |  | |
| Укажите количество и перечислите по названиям города, в которых вы представлены в качестве официального дилера автомобильного бренда |  | |

|  |  |
| --- | --- |
| Город, предлагаемый для бизнеса LUXGEN |  |
| Название компании |  |

**ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СХЕМА КОМПАНИИ**

|  |
| --- |
|  |

1. **БИЗНЕС ПОКАЗАТЕЛИ**

Результаты продаж

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № |  | ГОРОД | Общий результат продаж | | | | | |
| 2010 | | 2011 | | 2012 | |
| шт | Руб. | Шт. | Руб. | Шт. | Руб. |
|  | Общий результат компании | |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Бренд 1 |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Бренд 2 |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | … |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | … |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | … |  |  |  |  |  |  |  |
| … |  |  |  |  |  |  |  |  |

Доля продаж компании в регионе:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Бренд, поставщик** | **Доля рынка % 2010** | **Доля рынка % 2011** | **Доля рынка % 2012** |
| Всего по группе лиц (холдингу) |  |  |  |
| Бренд 1 |  |  |  |
| Бренд 2 |  |  |  |
| далее |  |  |  |

Штат компании

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Количество сотрудников | Количество сотрудников, работающих более 3х лет в компании | Количество сотрудников, работающих менее 2х лет в компании |
| **Всего сотрудников** |  |  |  |
| Продажи а/м |  |  |  |
| Сервис |  |  |  |

Управление взаимоотношениями с клиентами

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Yes/no | Описание |
| База данных клиентов |  | Количество клиентов в базе, опишите принятые способы работы с базой и пути привлечения новых клиентов |
| Наличие CRM системы |  | Используемая база для CRM. Какие департаменты (отделы) работают с CRM |
| Собственный центр обучения |  | Команда. Опишите структуру программы повышения квалификации персонала. |

**ПОСЛЕПРОДАЖНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ**

**Основная информация по холдингу**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| Количество рабочих мест в сервисе / Количество подъемников |  |
| Наличие кузовного цеха / Количество мест подготовки / Количество покрасочных камер |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2010 | 2011 | 2012 |
| Выручка сервиса, руб |  |  |  |
| Валовая прибыль сервиса (ТО и ремонт) |  |  |  |
| Коэффициент загрузки одного подъемника (ТО и ремонт) |  |  |  |
| Средний нормочас (ТО и ремонт) |  |  |  |
| Средняя наценка на запчасти |  |  |  |
| Средняя стоимость заказа (ТО и ремонт) |  |  |  |

1. **ОСНОВНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КОМПАНИИ:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2010 | 2011 | 2012 |
| **Капитал компании, RUB** |  |  |  |
| **Активы компании, RUB** |  |  |  |
| **Выручка, RUB** |  |  |  |
| **Чистая прибыль, %** |  |  |  |
| **EBITDA, RUB** |  |  |  |
| **Leverage = Долг/Активы** |  |  |  |

1. **ПРЕДЛОЖЕНИЕ ПОД РАЗМЕЩЕНИЕ БРЕНДА LUXGEN**

**(**формат презентации Power Point)\*

|  |  |
| --- | --- |
| ВРЕМЕННОЕ РЕШЕНИЕ | ПОСТОЯННОЕ РЕШЕНИЕ |
|  |  |

\* пожалуйста, укажите, какой тип решения Вы предлагаете.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | № слайда |  |
| **Месторасположение** |  |  |
| Карта города | 1 |  |
| Население города и региона | 1 |  |
| Описание района города, в котором предлагается разместить бренд LUXGEN (центр города, промышленная зона, богатый сектор, развивающийся сектор) | 1 |  |
| Указание и Описание близлежащих к городу или району основных населенных пунктов (городов), их численность населения и удаленность | 2 |  |
| Укажите месторасположение ДЦ на общей карте города | 2 |  |
| Укажите на карте города или района (Мск, СПб) места расположения ДЦ основных официальных брендов вместе с предлагаемым решением под LUXGEN и укажите расстояние до ближайших конкурентов | 3 |  |
| Укажите на карте ситуационный план с объектами жилой и коммерческой инфраструктуры в радиусе 2-3 км, Другие образующие клиентский трафик места по соседству (крупные торговые центры и прочее) и расстояния | 3 |  |
| Генеральный план существующего объекта предлагаемого для LUXGEN с указанием привязки к дорожной сети города или района | 4 |  |
| Опишите ключевые преимущества предлагаемого месторасположения для LUXGEN | 5 |  |
| Формат ДЦ (3S или отдельное расположение). Если шоурум и сервис отдельно, укажите расстояние. | 5 |  |
| **Панорамные фотоматериалы предлагаемого объекта и окружающей инфраструктуры** | 6-20 |  |
| Общий вид ДЦ снаружи 2-3 фото |  |  |
| Привязка к дорожной сети 1-2 фото. Комментарии |  |  |
| Парковочные места для клиентов автосалона, сервиса и товарных автомобилей 2-3 фото. |  |  |
| Шоурум (пространство, привязка ко входной группе) внутри 3-4 фото |  |  |
| Сервис (приемка, клиентская зона, прямая приемка, рабочие места - подъемники, кузовной цех) 5-6 фото |  |  |
|  |  |  |
| Статус предлагаемого объекта (собственность или аренда) |  |  |
| Стоимость аренды 1 кв м в год |  |  |
| Поэтажный план предлагаемого решения |  |  |
| **Площади помещений предлагаемого объекта:** | 21 |  |
| Шоурум, м2 |  |  |
| Сервис, м2 |  |  |
| Склад запчастей, м2 |  |  |
| Административные помещения, м2 |  |  |
| **Высота потолков в предлагаемом решении:** | 21 |  |
| Шоурум, м |  |  |
| Сервис, м |  |  |
| **Количество парковочных мест:** | 21 |  |
| Для клиентов автосалона, шт. |  |  |
| Для клиентов сервиса, шт. |  |  |
| Для склада товарных автомобилей, шт. |  |  |
| Для автомобилей в кузовной участок, шт. |  |  |
| Пред эскизный проект предлагаемого решения с использованием основных корпоративных элементов LUXGEN и правил организации внутреннего пространства шоурума | 22-30 |  |
| Планируемый период готовности объекта |  |  |

\*пожалуйста, оформите в виде презентации Power Point

Предлагаемая организационная структура для работы с LUXGEN

(Пожалуйста, укажите Вашу версию)

|  |
| --- |
|  |

Инвестиции в LUXGEN:

|  |  |
| --- | --- |
| Общие инвестиции, РУБ |  |
| Источники инвестиций, процентная ставка |  |

1. **ПЛАНЫ ПО СОТРУДНИЧЕСТВУ С БРЕНДОМ LUXGEN**

Продажи автомобилей:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 |
| Luxgen7 SUV, шт |  |  |  |

Планируемые затраты на продвижение:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2013 | 2014 | 2015 |
| Планируемый маркетинговый бюджет, РУБ |  |  |  |

Если у вас есть какие либо комментарии к нам, пожалуйста, укажите здесь:

|  |
| --- |
|  |

**Описание имеющихся активов в портфеле в формате PDF или PPF**

1. Краткое описание деятельности компании и достижений.
2. Карта города. Расположение на карте официально представленных автомобильных брендов.
3. Пояснительная таблица к карте «Принадлежность представленного бренда компании – холдингу»
4. Фотографии собственных действующих (строящихся) дилерских предприятий (снаружи, внутри, шоу-рум, сервис, парковки, мойка, прямая приемка, склад запчастей и аксессуаров и прочее)
5. Предварительное предложение по размещению бренда LUXGEN с привязкой к местности и поэтажной планировкой с указанием и описанием площадей.