



# Выравнивание организации



meetup



TRANSFORMATION  
ИОНОВ  
ПАРТНЕРЫ

Руслан Юсупов



Выравнивание  
организации

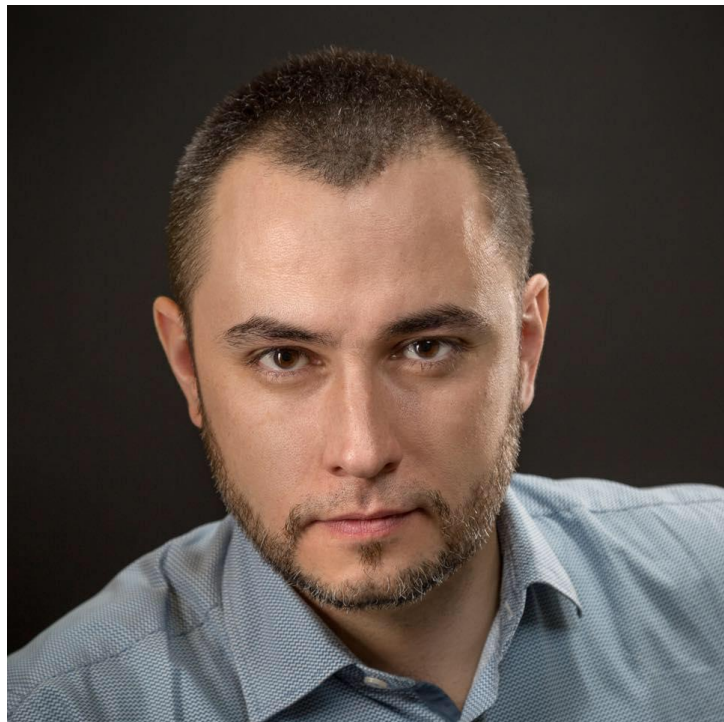
Выравнивание  
по удельной стоимости  
на System Demo

meetup



TRANSFORMATION  
ИОНОВ  
ПАРТНЕРЫ

# Руслан Юсупов

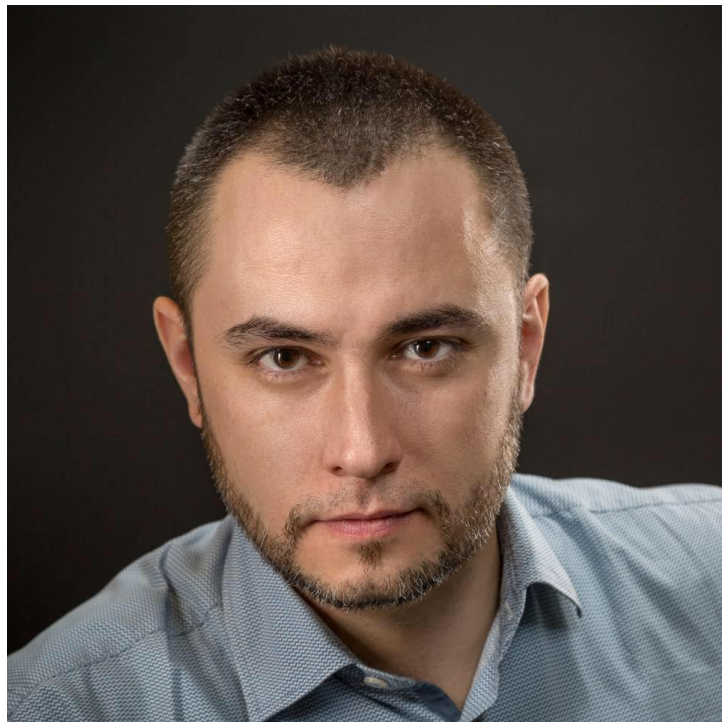


инженер релизного поезда  
медицинского блока

RTE ART ДепМС

**ИНГОССТРАХ**

# Руслан Юсупов



Agile Coach

**S7** Travel Retail  
июнь 2017 - фев 2019



ICAgile Certified Professional



Certified LeSS Practitioner



SAFe 4 Certified Agilist



Kanban Management  
Professional

**ИНГОССТРАХ**

май 2019 RTE ART ДепМС

# Планирование РІ-1

25-26 июня

# Обязательный слайд

## СТОИМОСТЬ ИНКРЕМЕНТА

КОМПОНЕНТ	PIPE 66	PI 66
ИЗЛ	100	2 000
Корпусная	100	1 000
Монтажная	100	1 000
Транспорт	100	1 000
Служба эксплуатации	100	1 000
Служба обслуживания	100	1 000
Служба ремонта	100	1 000
Служба контроля	100	1 000
Служба безопасности	100	1 000
Служба охраны	100	1 000
Служба связи	100	1 000
Служба питания	100	1 000
Служба уборки	100	1 000
Служба охраны труда	100	1 000
Служба охраны окружающей среды	100	1 000
Служба охраны здоровья	100	1 000
Служба охраны имущества	100	1 000
Служба охраны информации	100	1 000
Служба охраны репутации	100	1 000
Служба охраны интересов	100	1 000
Служба охраны чести	100	1 000
Служба охраны достоинства	100	1 000
Служба охраны свободы	100	1 000
Служба охраны справедливости	100	1 000
Служба охраны законности	100	1 000
Служба охраны правопорядка	100	1 000
Служба охраны общественного порядка	100	1 000
Служба охраны государственного порядка	100	1 000
Служба охраны международного порядка	100	1 000
Служба охраны мирового порядка	100	1 000
Служба охраны человеческого порядка	100	1 000
Служба охраны природного порядка	100	1 000
Служба охраны космического порядка	100	1 000
Служба охраны информационного порядка	100	1 000
Служба охраны культурного порядка	100	1 000
Служба охраны исторического порядка	100	1 000
Служба охраны традиционного порядка	100	1 000
Служба охраны религиозного порядка	100	1 000
Служба охраны морального порядка	100	1 000
Служба охраны этического порядка	100	1 000
Служба охраны философского порядка	100	1 000
Служба охраны политического порядка	100	1 000
Служба охраны социального порядка	100	1 000
Служба охраны экономического порядка	100	1 000
Служба охраны культурно-образовательного порядка	100	1 000
Служба охраны научно-технического порядка	100	1 000
Служба охраны инновационного порядка	100	1 000
Служба охраны предпринимательского порядка	100	1 000
Служба охраны делового порядка	100	1 000
Служба охраны профессионального порядка	100	1 000
Служба охраны корпоративного порядка	100	1 000
Служба охраны семейного порядка	100	1 000
Служба охраны общественного порядка	100	1 000
Служба охраны государственного порядка	100	1 000
Служба охраны международного порядка	100	1 000
Служба охраны мирового порядка	100	1 000
Служба охраны человеческого порядка	100	1 000
Служба охраны природного порядка	100	1 000
Служба охраны космического порядка	100	1 000
Служба охраны информационного порядка	100	1 000
Служба охраны культурного порядка	100	1 000
Служба охраны исторического порядка	100	1 000
Служба охраны традиционного порядка	100	1 000
Служба охраны религиозного порядка	100	1 000
Служба охраны морального порядка	100	1 000
Служба охраны этического порядка	100	1 000
Служба охраны философского порядка	100	1 000
Служба охраны политического порядка	100	1 000
Служба охраны социального порядка	100	1 000
Служба охраны экономического порядка	100	1 000
Служба охраны культурно-образовательного порядка	100	1 000
Служба охраны научно-технического порядка	100	1 000
Служба охраны инновационного порядка	100	1 000
Служба охраны предпринимательского порядка	100	1 000
Служба охраны делового порядка	100	1 000
Служба охраны профессионального порядка	100	1 000
Служба охраны корпоративного порядка	100	1 000
Служба охраны семейного порядка	100	1 000











**Quelle: ...**

1. ...

2. ...

3. ...

4. ...

5. ...

6. ...

7. ...

8. ...

9. ...

10. ...

11. ...

12. ...

13. ...

14. ...

15. ...

16. ...

17. ...

18. ...

19. ...

20. ...

21. ...

22. ...

23. ...

24. ...

25. ...

26. ...

27. ...

28. ...

29. ...

30. ...

31. ...

32. ...

33. ...

34. ...

35. ...

36. ...

37. ...

38. ...

39. ...

40. ...

41. ...

42. ...

43. ...

44. ...

45. ...

46. ...

47. ...

48. ...

49. ...

50. ...

51. ...

52. ...

53. ...

54. ...

55. ...

56. ...

57. ...

58. ...

59. ...

60. ...

61. ...

62. ...

63. ...

64. ...

65. ...

66. ...

67. ...

68. ...

69. ...

70. ...

71. ...

72. ...

73. ...

74. ...

75. ...

76. ...

77. ...

78. ...

79. ...

80. ...

81. ...

82. ...

83. ...

84. ...

85. ...

86. ...

87. ...

88. ...

89. ...

90. ...

91. ...

92. ...

93. ...

94. ...

95. ...

96. ...

97. ...

98. ...

99. ...

100. ...

**Quelle: ...**

1. ...

2. ...

3. ...

4. ...

5. ...

6. ...

7. ...

8. ...

9. ...

10. ...

11. ...

12. ...

13. ...

14. ...

15. ...

16. ...

17. ...

18. ...

19. ...

20. ...

21. ...

22. ...

23. ...

24. ...

25. ...

26. ...

27. ...

28. ...

29. ...

30. ...

31. ...

32. ...

33. ...

34. ...

35. ...

36. ...

37. ...

38. ...

39. ...

40. ...

41. ...

42. ...

43. ...

44. ...

45. ...

46. ...

47. ...

48. ...

49. ...

50. ...

51. ...

52. ...

53. ...

54. ...

55. ...

56. ...

57. ...

58. ...

59. ...

60. ...

61. ...

62. ...

63. ...

64. ...

65. ...

66. ...

67. ...

68. ...

69. ...

70. ...

71. ...

72. ...

73. ...

74. ...

75. ...

76. ...

77. ...

78. ...

79. ...

80. ...

81. ...

82. ...

83. ...

84. ...

85. ...

86. ...

87. ...

88. ...

89. ...

90. ...

91. ...

92. ...

93. ...

94. ...

95. ...

96. ...

97. ...

98. ...

99. ...

100. ...

**Quelle: ...**

1. ...

2. ...

3. ...

4. ...

5. ...

6. ...

7. ...

8. ...

9. ...

10. ...

11. ...

12. ...

13. ...

14. ...

15. ...

16. ...

17. ...

18. ...

19. ...

20. ...

21. ...

22. ...

23. ...

24. ...

25. ...

26. ...

27. ...

28. ...

29. ...

30. ...

31. ...

32. ...

33. ...

34. ...

35. ...

36. ...

37. ...

38. ...

39. ...

40. ...

41. ...

42. ...

43. ...

44. ...

45. ...

46. ...

47. ...

48. ...

49. ...

50. ...

51. ...

52. ...

53. ...

54. ...

55. ...

56. ...

57. ...

58. ...

59. ...

60. ...

61. ...

62. ...

63. ...

64. ...

65. ...

66. ...

67. ...

68. ...

69. ...

70. ...

71. ...

72. ...

73. ...

74. ...

75. ...

76. ...

77. ...

78. ...

79. ...

80. ...

81. ...

82. ...

83. ...

84. ...

85. ...

86. ...

87. ...

88. ...

89. ...

90. ...

91. ...

92. ...

93. ...

94. ...

95. ...

96. ...

97. ...

98. ...

99. ...

100. ...

	Тип	Доступ	Рост от	Снижение	РРД	Рост от	Рост от
	рекламная	ДА					0%
	рекламная	ДА					0%
	основная	ДА					0%
	основная	ДА				222 млрд, 1,2	
	основная	ДА		5% от XX до YY			
	рекламная	ДА		9 млн в 2022			
	основная	ДА		11,2 млн			впервые в истории
	основная	ДА					0%
	основная	ДА	100 млн				
	рекламная	ДА					0%
	основная	НЕТ					0%
	основная	ДА	100 млн				
	рекламная	ДА					0%
	основная	ДА					0%
	рекламная	ДА				11,8 млн	
	основная	ДА					0%
	основная	ДА	11,2 млн				
	рекламная	ДА					0%
	основная	ДА					0%
	основная	ДА					0%
	рекламная	ДА					0%
	основная	ДА				3,72 млн	
	рекламная	ДА					0%
	рекламная	НЕТ					0%
	основная	ДА					0%
	основная	ДА					впервые в истории
	рекламная	НЕТ	11,8 млн				
	основная	ДА	10,2 млн				
	основная	ДА	7240 млн			120 млрд, 77 млн	

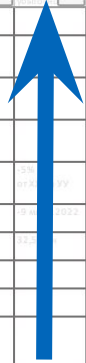
# 30

№	Наименование	Тип	Доступность	Рост	Средняя урожайность	РБД	Средняя урожайность
1	...	режиссерская	ДА				0%
2	...	режиссерская	ДА				0%
3	...	основная	ДА				0%
4	...	основная	ДА			0223-ч/год, 1,2	
5	...	основная	ДА		5% от XX до YY		
6	...	режиссерская	ДА		9 млн в 2022		
7	...	основная	ДА		120 млн		100%
8	...	основная	ДА				0%
9	...	основная	ДА	100 млн			
10	...	режиссерская	ДА				0%
11	...	основная	ДА				0%
12	...	основная	ДА				0%
13	...	основная	ДА				0%
14	...	режиссерская	ДА				0%
15	...	основная	ДА			11,2%	
16	...	режиссерская	ДА				0%
17	...	основная	ДА				0%
18	...	основная	ДА				0%
19	...	режиссерская	ДА				0%
20	...	основная	ДА				0%
21	...	режиссерская	ДА				0%
22	...	основная	ДА				0%
23	...	режиссерская	ДА				0%
24	...	основная	ДА				0%
25	...	режиссерская	ДА				0%
26	...	основная	ДА				0%
27	...	режиссерская	ДА				0%
28	...	основная	ДА				0%
29	...	режиссерская	ДА				0%
30	...	основная	ДА				0%
31	...	режиссерская	ДА				0%
32	...	основная	ДА				0%
33	...	режиссерская	ДА				0%
34	...	основная	ДА				0%
35	...	режиссерская	ДА				0%
36	...	основная	ДА				0%
37	...	режиссерская	ДА				0%
38	...	основная	ДА				0%
39	...	режиссерская	ДА				0%
40	...	основная	ДА				0%
41	...	режиссерская	ДА				0%
42	...	основная	ДА				0%
43	...	режиссерская	ДА				0%
44	...	основная	ДА				0%
45	...	режиссерская	ДА				0%
46	...	основная	ДА				0%
47	...	режиссерская	ДА				0%
48	...	основная	ДА				0%
49	...	режиссерская	ДА				0%
50	...	основная	ДА				0%
51	...	режиссерская	ДА				0%
52	...	основная	ДА				0%
53	...	режиссерская	ДА				0%
54	...	основная	ДА				0%
55	...	режиссерская	ДА				0%
56	...	основная	ДА				0%
57	...	режиссерская	ДА				0%
58	...	основная	ДА				0%
59	...	режиссерская	ДА				0%
60	...	основная	ДА				0%
61	...	режиссерская	ДА				0%
62	...	основная	ДА				0%
63	...	режиссерская	ДА				0%
64	...	основная	ДА				0%
65	...	режиссерская	ДА				0%
66	...	основная	ДА				0%
67	...	режиссерская	ДА				0%
68	...	основная	ДА				0%
69	...	режиссерская	ДА				0%
70	...	основная	ДА				0%
71	...	режиссерская	ДА				0%
72	...	основная	ДА				0%
73	...	режиссерская	ДА				0%
74	...	основная	ДА				0%
75	...	режиссерская	ДА				0%
76	...	основная	ДА				0%
77	...	режиссерская	ДА				0%
78	...	основная	ДА				0%
79	...	режиссерская	ДА				0%
80	...	основная	ДА				0%
81	...	режиссерская	ДА				0%
82	...	основная	ДА				0%
83	...	режиссерская	ДА				0%
84	...	основная	ДА				0%
85	...	режиссерская	ДА				0%
86	...	основная	ДА				0%
87	...	режиссерская	ДА				0%
88	...	основная	ДА				0%
89	...	режиссерская	ДА				0%
90	...	основная	ДА				0%
91	...	режиссерская	ДА				0%
92	...	основная	ДА				0%
93	...	режиссерская	ДА				0%
94	...	основная	ДА				0%
95	...	режиссерская	ДА				0%
96	...	основная	ДА				0%
97	...	режиссерская	ДА				0%
98	...	основная	ДА				0%
99	...	режиссерская	ДА				0%
100	...	основная	ДА				0%



Сборы

№ п/п	Наименование объекта	Тип	Дости	Рост об	Убыт	Рост	Рост
1	...	рекреационная	да				
2	...	рекреационная	да				
3	...	основная	да				
4	...	основная	да				023 млрд 1,3
5	...	основная	да	5%	от 5	УУ	
6	...	рекреационная	да	9	от 222		
7	...	основная	да	1,2			удельный
8	...	основная	да				нагрузка
9	...	основная	да	600 млн			
10	...	рекреационная	да				
11	...	основная	нет				
12	...	основная	да	600 млн			
13	...	рекреационная	да				
14	...	основная	да				
15	...	основная	да				
16	...	основная	да	11,2 млн			
17	...	рекреационная	да				
18	...	основная	да				
19	...	основная	да				
20	...	рекреационная	да				
21	...	основная	да				
22	...	рекреационная	нет				
23	...	основная	да	10,2 млн			
24	...	основная	да	740 млн			120 млрд 77%



Убытки

Сборы

№	Наименование объекта	Тип	Дости	Рост об	Сумма убыт	РВД	Сред. темп
1	...	режирная	да				
2	...	режирная	да				
3	...	основная	да				
4	...	основная	да				
5	...	основная	да		5%	от XX до YY	
6	...	режирная	да		9 млн в 2022		
7	...	основная	да		122 млн		
8	...	основная	да		100 млн		
9	...	режирная	да				
10	...	основная	нет				
11	...	основная	да		100 млн		
12	...	режирная	да				
13	...	основная	да				
14	...	основная	да		11,2 млн		
15	...	режирная	да				
16	...	основная	да				
17	...	основная	да				
18	...	режирная	да				
19	...	основная	да				
20	...	режирная	нет				
21	...	основная	да		10,2 млн		
22	...	основная	да		7240 млн	120 млрд 771 млн	



РВД

Убытки

Сборы



	Тип	дости	Рост сбд	Снижен	Оптимиза	Друга
				убылен	РВД	метри
	разрешен	да				???
	основн	да				???
	основн	да				
	основн	да				
	основн	да				
	разрешен	да				
	основн	да				крайне полено
	основн	да				???
	разрешен	да				???
	основн	нет				???
	основн	да				
	разрешен	да				???
	основн	да				???
	основн	да				???
	разрешен	да				???
	основн	да				???
	разрешен	да				???
	основн	да				???
	разрешен	да				???
	основн	да				???
	разрешен	нет				корневой розничной продукт
	основн	да				
	основн	да				
	основн	да				

6

30







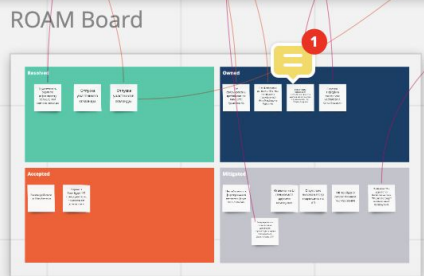
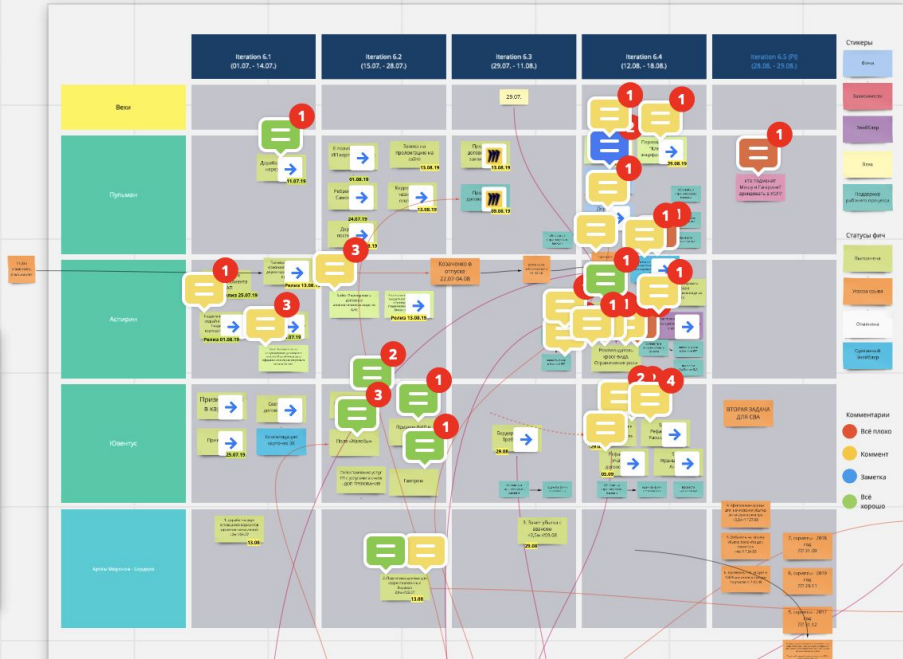
	Тип	Дости	Рост бд	Снижен	Оптимиз	Други
			убыточн	РВД	мерц	
...	режирова	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				крайне полно
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	основа	нет				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	нет				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	да				???
...	основа	да				???
...	основа	да				???
...	режирова	нет				???
...	основа	да				???
...	режирова	нет				формой розничной продукт
...	основа	да				???
...	основа	да				???

12/  
30





# Program Board PIPE 6



## Пульман

- Основные цели**
1. Улучшение продаж Пульман в 2023 году за счет возможности заключения индивидуальных сделок по программам
  2. Достижение цены по сбору на 20 млн. в год расширенного ассортимента "Селектус" и "Аспирин". С/м Благодаря изменению ценовой политики на сайте в комплексе документов.
  3. Достижение цены по мин. руб. в год за счет корпоративного продукта "ПроМульти" на этапе заказа и анализа процесса.
  4. Собранные логики производства в комплексе с информацией над ней, обновление информации на платформе при изменении процесса в исполнении БС.
  5. Снизить убыточность сегмента "Селектус" в части СРП, путем внедрения в процесс "Селектус" для оптимизации затрат выкладки продукта с целью развития канала "Селектус".
  6. Обеспечить первичную цену "Клиенты" за счет цены комплексного решения.
- Расширенные цели**
7. Реализовать возможность отгрузки в плюс к А. Пульман "Тоталь" с корпоративными заказами, цены сортировки РД. 8 млн. руб.
  8. Снизить затраты на себ. 20% за счет рефакторинга РД. 10 млн.
  9. Корректировка тариф. программы договора с увеличением объема доставки, включение скидки снижения "убыток" на 2023 год.
  10. Увеличение рыночной доли в лице Селектус корпоративному заказчику для продукта "Селектус".
  11. Реализовать автоматизированный канал взаимодействия на сайте с клиентами.
  12. Оптимизация процесса загрузки Запрещенные и Сопровождающие РД за счет автоматизации и оптимизации процесса по договору ДМС с интеграцией в приложение ДМС.

## Аспирин

- Основные цели**
1. По продукту "Полена" изменить выделение Конт. Морозова для достижения цели по программе
  2. Дать оценку текущему уровню продаж и рассмотреть возможность изменения А. по достижению Бизнес-цели. Совместными усилиями обеспечить выполнение по дог. ДМС + повышение лояльности клиентов
  3. Автоматизировать процесс оформления документов, связанных с выполнением условий с Ф. Сербур и Сербуров. Достижение Бизнес-цели. Трудовой 20 месяцев, отсутствие дебиторки - 240 млн, лояльность Собра
  4. Сформировать адресную политику в отношении клиентов для достижения максимальной эффективности выполнения трудовых функций. 1,1 млн руб. руб.
  5. Реализовать автоматизированный процесс взаимодействия с клиентами, повысить лояльность клиентов, улучшить сервис. Реализовать автоматизированный процесс за счет внедрения ИИ для обработки заявок и автоматизации процесса обработки форм обращения (добавление в "Живой" (3 млн руб. руб.)
- Расширенные цели**
6. Реализовать печать договоров в плюс к А. Пульман "Тоталь" с корпоративными заказами, цены сортировки РД. 1,6 млн руб. руб.
  7. Сделать интерфейс удобным для взаимодействия с клиентами, повысить лояльность клиентов, улучшить сервис. Реализовать автоматизированный процесс за счет внедрения ИИ для обработки заявок и автоматизации процесса обработки форм обращения (добавление в "Живой" (3 млн руб. руб.)
  8. Реализовать автоматизированный канал взаимодействия на сайте с клиентами.
  9. Реализовать автоматизированный канал взаимодействия на сайте с клиентами.
  10. Расчет премии по продукту Мигрант Сербур.

## Ювентус

- Основные цели**
1. Анализ. Проверка действующей программы ДМС с целью выявления для повышения конкурентоспособности на рынке ДМС современных тенденций рынка.
  2. Снизить убыточность сегмента "Селектус" и "Аспирин" за счет оптимизации процесса взаимодействия с клиентами.
  3. Повышение рыночной доли в лице Селектус корпоративному заказчику для продукта "Селектус".
  4. Высокоточное выявление клиентов в сегменте "Селектус" и "Аспирин" для повышения лояльности клиентов.
  5. Снизить затраты на себ. 20% за счет рефакторинга РД. 10 млн.
  6. Реализовать автоматизированный процесс взаимодействия с клиентами, повысить лояльность клиентов, улучшить сервис. Реализовать автоматизированный процесс за счет внедрения ИИ для обработки заявок и автоматизации процесса обработки форм обращения (добавление в "Живой" (3 млн руб. руб.)
- Расширенные цели**
7. Реализовать возможность отгрузки в плюс к А. Пульман "Тоталь" с корпоративными заказами, цены сортировки РД. 8 млн. руб.
  8. Снизить затраты на себ. 20% за счет рефакторинга РД. 10 млн.
  9. Корректировка тариф. программы договора с увеличением объема доставки, включение скидки снижения "убыток" на 2023 год.
  10. Увеличение рыночной доли в лице Селектус корпоративному заказчику для продукта "Селектус".
  11. Реализовать автоматизированный канал взаимодействия на сайте с клиентами.
  12. Оптимизация процесса загрузки Запрещенные и Сопровождающие РД за счет автоматизации и оптимизации процесса по договору ДМС с интеграцией в приложение ДМС.

# System Demo PI-1

24 августа

# И что мы там делали?

- ~~• провели демонстрацию фич~~
- указали бизнес-ценность достигнутых целей
- вспомнили про эконом.эффект фич
- посмотрели расходы на разработку



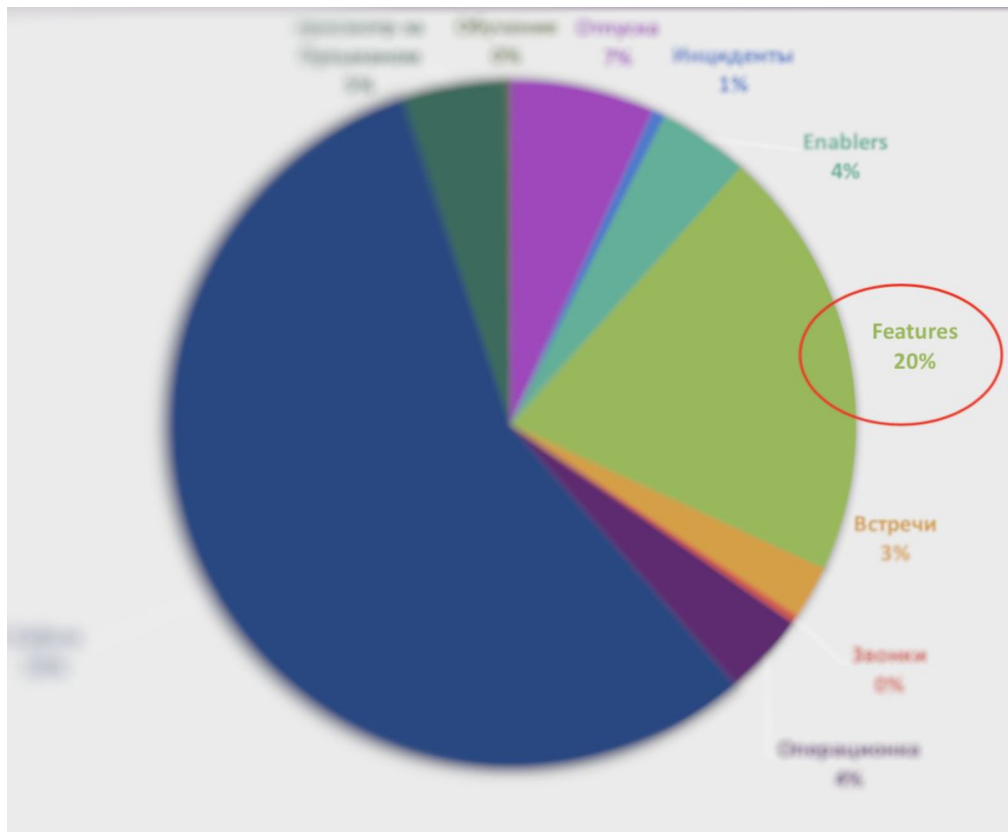
# И что мы там делали?

- ~~провели демонстрацию фич~~
- указали бизнес-ценность достигнутых целей
- вспомнили про эконом.эффект фич
- посмотрели расходы на разработку

Как считал,  
почём фичи?



# Списанное на фичи время...







x30

40%

Сборы +240 млн руб  
в год

60%

+??? Сборы  
-??? Убыточность  
-??? РВД

57%

451 000 руб



попадались варианты...





РВД -1,1 млн руб в год

22:1

49 000 руб

Сборы +20 млн руб  
в год

932 000 руб

21:1

Сборы +20 млн руб  
в год

12:1

932 000 руб

+672 000 руб



Сборы +20 млн руб  
в год

12:1

932 000 руб

+672 000 руб

Итого:

1.1. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период  
1.2. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период  
1.3. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период

2.1. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период

2.2. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период  
2.3. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период  
2.4. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период

3.1. Выручка от продаж товаров и услуг за отчетный период

Итого:

Убыточность  
-3,72 млн руб  
в год





+???

-???

-???

Сборы

Убыточность

РВД



+???

-???

-???

23 000 руб



+???

Сборы

-???

Убыточность

-???

РВД

451 000 руб





+??? Сборы  
-??? Убыточность  
-??? РВД

1 962 000 руб

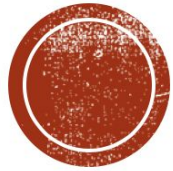


+??? Сборы  
-??? Убыточность  
-??? РВД

60%



+??? Сборы  
-??? Убыточность  
-??? РВД



# ВОПРОСЫ?

5'



ВОПРОСЫ?



5'

# Обязательный слайд

СКОЛЬКО  
ЭТО СТОИТ?

команда	ДРУГИЕ КОМАНДЫ
Аспирин	5 000 000
Пульман	5 000 000
Ювентус	5 000 000
ART	5 000 000
	5 000 000

# Планирование РІ-2

28-29 августа

статья	цель	показатель	показатель	объем	объем	СНД	сроки
Активен	Увеличение продаж марки и реализация новой социальной программы. Эффект: 3,3 млн. рублей в год	Показатель	10	3 300 000			
Контракт	Выделение части рекламной функции на сайте МГУ для повышения продаж марки и поддержки СНО Программы. (3,3 млн. р.)	Показатель	10	3 300 000			
Прибыль	2 - Увеличение продаж в 3 раза в год и получение прибыли в размере 3 000 000 рублей за счет реализации продукта МГУ в Интернет (за тестовой период)	Показатель	6	3 000 000			
Контракт	Создание новой системы логистики на территории	Показатель	0				позднее
Прибыль	3 - Увеличение продаж в 4 раза в год и получение прибыли в размере 3 200 250 за счет реализации маркетингового продукта для регионов в Интернет (за тестовой период)	Показатель	6	3 200 250			
Активен	Создание презентаций и сайтов за счет приоритета новой стратегии маркетинга эффективности. Эффект: 4 млн. рублей в год	Показатель	6	4 000 000			
Активен	Увеличение продаж сайтов по сайтам МГУ. Эффект: 10 млн. рублей в год	Размерность	6	10 000 000			
Контракт	Увеличение продаж марк, работа при помощи информации по результатам проведения МНО регионов сайта МГУ (10,0 млн. р.)	Показатель	6	10 000 000			
Контракт	Создание системы автоматизации при работе на сайтах МГУ. (1,1 млн. р.)	Показатель	6	1,1 000 000			
Прибыль	1 - Получение маркетинговых данных по продукту (Марка) бренды Лайт с использованием платных форм в МС с целью соблюдения требований эффективности	Показатель	0				ранее
Активен	Оптимизация презентаций за счет настройки параметров деятельности компаний. Эффект: 0,400 млн. рублей в год	Размерность	0	400 000			
Активен	Создание презентаций за счет автоматизации работы отдела ДМС на МС. Эффект: 2,0 млн. рублей в год	Показатель	6	2 000 000			



Статья	Цель	Показатель	Единица измерения	Сборы	Абонементы	СНЧ	Другое
Активен	Увеличение продаж, маркетинг и реализация новой социальной программы. Эффект: 3.3 млн. рублей в год	Показатель	10	3 300 000			
Активен	Выделение части рекламной функции на сайте МГУ для повышения продаж товаров и поддержки СНЧ Программы. (3.3 млн. р.)	Показатель	10	3 300 000			
Активен	2 - Увеличение сборов в 3 раза в год и получение прибыли в размере 3 000 000 рублей за счет увеличения продаж СНЧ в МГУ (за тестовой группой)	Показатель	6	3 000 000			
Активен	Создание новой системы лояльности на территории МГУ	Показатель	0				покупка
Активен	3 - Увеличение сборов в 4 раза в год и получение прибыли в размере 3 200 250 за счет увеличения маркетинговых продаж для регионов в МГУ (за тестовой группой)	Показатель	6	3 200 250			
Активен	Создание презентаций и шаблонов за счет приобретения новой системы автоматизации. Эффект: 4 млн. рублей в год	Показатель	6	4 000 000			
Активен	Увеличение продаж сайтов по сайтам МГУ. Эффект: 10 млн. рублей в год	Размерность	6	10 000 000			
Активен	Увеличение продаж за счет маркетинга при помощи информации по результатам исследований МГУ в рамках сайта МГУ (11.3 млн. р.)	Показатель	6	11 300 000			
Активен	Создание системы автоматизации при работе со сайтами МГУ. (1.1 млн. р.)	Показатель	6	11 000 000			
Активен	1 - Получение маркетинговых данных по продукту (Сборка данных Лайт с использованием платных форм в МС с целью соблюдения требований законодательства)	Показатель	0				
Активен	Оптимизация презентаций за счет настройки параметров автоматизированной системы. Эффект: 0.445 млн. рублей в год	Размерность	0	445 000			
Активен	Создание презентаций за счет автоматизации шаблонов дизайна ДМС на МС. Эффект: 2.6 млн. рублей в год	Показатель	6	2 600 000			

12

инициатива	цель	показатель	показатель	объем	объем	ИТ	дополн.
Актерия	Увеличение продаж марки и реализация новой маркетинговой программы. Эффект: 1,1 млн. рублей в год	Показатель	10	3 500 000			
Светлы	Выделение части рекламной стратегии на сайте МТВ для повышения доли продаж марки и поддержки СТО Программы. (0,3 млн. р.)	Показатель	10	3 500 000			
Пчелки	2 - Увеличение продаж в 3 раза в год и получение прибыли в размере 3 000 000 рублей за счет реализации продукта МТВ в Ижевске (за тестовой период)	Показатель	0	3 000 000			
Светлы	Создание новой системы лояльности на территории Ижевска	Показатель	0				люди
Пчелки	3 - Увеличение продаж в 4 раза в год и получение прибыли в размере 3 200 200 за счет реализации маркетингового продукта для регионов в Ижевске (за тестовой период)	Показатель	0	3 200 200			
Актерия	Создание презентаций и шаблонов за счет приоритета работы с клиентами с целью повышения эффективности. Эффект: 4 млн. рублей в год	Показатель	0	4 000 000			
Актерия	Увеличение продаж сайтов по сайтам МТВ. Эффект: 10 млн. рублей в год	Результативная	0	10 000 000			
Светлы	Увеличение продаж марк. актера при анализе информации по результатам проведения МТВ рекламы сайта МТВ (1,3 млн. р.)	Показатель	0	1,3 000 000			
Светлы	Увеличение продаж актера/актрисы при работе по сайтам МТВ. 0,1 млн. р.)	Показатель	0	1,1 000 000			
Пчелки	1 - Получение партнерских данных по продукту Спаркс Вирджи Лайт с отображением в платной форме в МС с целью соблюдения требований законодательства	Показатель	0				МВД
Актерия	Оптимизация презентаций за счет настройки параметров демонстрационных площадок. Эффект: 0,400 млн. рублей в год	Результативная	0	0,400 000			
Актерия	Создание презентаций за счет автоматизации шаблонов договора ДМС на МС. Эффект: 2,4 млн. рублей в год	Показатель	0	2 400 000			

статья	цель	показатель	показатель	сборы	сборы	ГЧП	иные
Активы	Выполнение пром. марки и реализация новой социальной программы. Эффект: 3,5 млн. рублей в год.	Показатель	10	3 500 000			
Активы	Выполнение части работ по франшизе по сети МТН для повышения доли пром. марки и поддержки ГЧП Программы. (3,5 млн. р.)	Показатель	10	3 500 000			
Активы	2 - Выполнение сборов в 7 раз в год и получение прибыли в размере 3 000 000 рублей за счет реализации продукта МТН в Миссии (за чашкой чая).	Показатель	0	3 000 000			
Активы	Создание базы данных клиентов на территории.	Показатель	0				создание
Активы	3 - Выполнение сборов в 4 раз в год и получение прибыли в размере 3 200 200 за счет реализации маркетингового продукта для регионов в Миссии (за чашкой чая).	Показатель	0	3 200 200			
Активы	Создание продукта в виде баз за счет продукта другой отрасли с целью окупаемости. Эффект: 4 млн. рублей в год.	Показатель	0	4 000 000			
Активы	Выполнение работ по сети по сети МТН. Эффект: 10 млн. рублей в год.	Развитие	0	10 000 000			
Активы	Повышение доли пром. марки при помощи информации по региону по работе МТН в сети МТН (3,5 млн. р.)	Показатель	0	3 500 000			
Активы	Получение данных клиентов по работе по сети МТН (3,5 млн. р.)	Показатель	0	3 500 000			
Активы	1 - Получение маркетинговых данных по продукту Сборов Зарождение Лайт с отображением в маркетинг форме в МС с целью соблюдения требований законодательства.	Показатель	0				создание
Активы	Оптимизация продукта за счет настройки параметров деятельности компаний. Эффект: 0,500 млн рублей в год.	Развитие	0	500 000			
Активы	Создание продукта за счет маркетинговых затрат в размере 200 млн. р.	Показатель	0	2 000 000			

# Планирование PI-1 vs PI-2

25-26 июня

28-29 августа

60%

40%

0%

100%

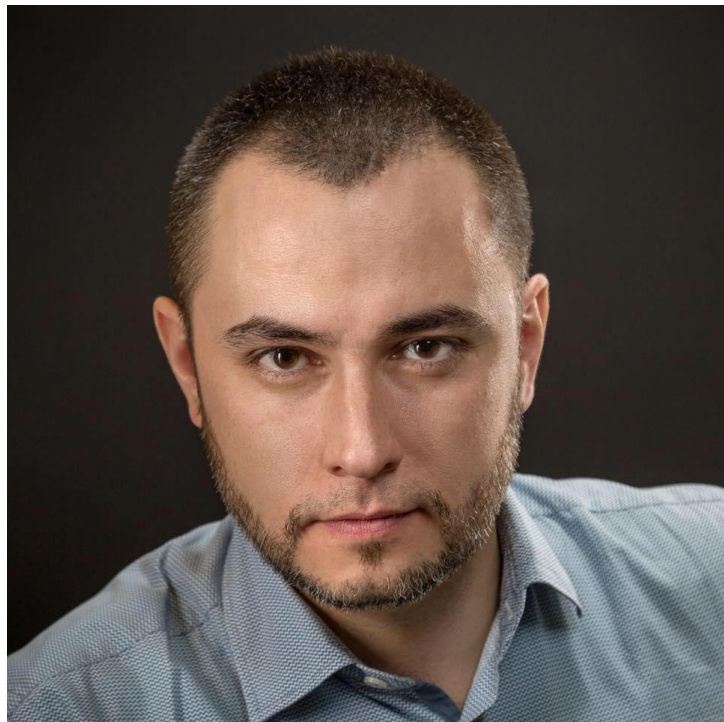
# Что сейчас?

Заказчики прорабатывают фичи для РІ-3 уже с Итерации 2-2  
1/3 ВП заинтересовалась, как правильно считать стоимость фич  
Просим у заказчиков числа по фичам в проде

Уговор с ДепМС:

- после Итерации 4 фичи в проработку не принимаем
- принимаем только с эконом.эффектом
- мониторим достижение эконом.эффекта

# Руслан Юсупов



Руслан Юсупов



SinceRus



RUSoft

# Совместное квартальное планирование без прелюдий

Руслан Юсупов | Ингосстрах





ag;le  
days  
2019

21.03.2019

# Команда поневоле

Руслан Юсупов, S7 Travel Retail



<https://msk19.agiledays.ru/program/>