

ДМИТРИЙ ЛЕОНОВ: РЕЗЮМЕ, ПОРТФОЛИО.

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

Заместитель Председателя Правления [Русспродсоюза](#),
Председатель Совета Директоров ООО «Натуральные продукты».

- провел более 100 публичных выступлений в качестве модератора и спикера отраслевых конференций; [Подробнее.](#)
- издал более 30 печатных работ в области потребительских товаров, управления персоналом, продаж и переговоров;
- был главным редактором журнала РОСТ Союза Независимых Сетей России, членом клиентского комитета Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг.



ЗАНИМАЕМЫЕ ДОЛЖНОСТИ И КАРЬЕРНЫЙ РОСТ.

В 1995 - 2010 РЕАЛИЗОВАЛ СЛЕДУЮЩИЕ ПРОЕКТЫ В КОМПАНИЯХ:

| Время работы | Компания | Должность | # подчинённых | Ответственность, \$ млн |
|--|-------------|--|---------------|-------------------------|
| 2008 - 2010 | ГК Разгуляй | Генеральный директор субхолдинга, директор по стратегическим проектам. | 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%. Подробнее.</p> <p>2) За год «с нуля» наладил работу с пивоваренным ячменём, \$1млн EBITDA. Подробнее. Идентифицировал и внедрил технологии подработки и хранения, реконструировал элеваторы, законтрактовал Балтику, InBev, Heineken, начал производить ячмень по «семенной программе».</p> <p>3) Реформировал бизнес-процессы. Подробнее.</p> | | | | |
| 2007-2008 | Бунге. | Директор по продажам, РФ и СНГ | 100 чел | \$100 млн |
| Подробнее. | | | | |

| | | | | |
|--|--------------------------------|--|---------|-----------|
| 2005 - 2007 | Филип Моррис. | Управляющий по продажам, Москва | 60 чел | \$250 млн |
| Подробнее. | | | | |
| 2003 - 2005 | Большевик (ГК Данон). | Директор по продажам | 500 чел | \$120 млн |
| <p>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.</p> <p>Подробнее.</p> | | | | |
| 2001 - 2003 | Пепси Боттлинг Групп (ПепсиКо) | Менеджер по развитию рынка, Менеджер по торговым операциям, РФ | 4 чел | \$100 млн |
| <p>После 3-х месячного OOS и последующего восстановления поставок в РФ сэндвичей 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, настроил функцию торгового маркетинга по продукции Фрито Лэй. Подробнее.</p> | | | | |
| 1995 - 2001 | Фрито Лэй | Территориальный менеджер, Москва | 60 чел | \$20 млн |

ВЫПОЛНЕННЫЕ 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, приоретизировал 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 | |
| Кубань-Сласть, Злата, Дядя Ваня, | <ul style="list-style-type: none"> Реформирование системы компетенций и модели лидерства, их формализация и внедрение через тренинги, стандарты и коучинг. |

| | |
|--|--|
| Веир Минералз | |
| Внутрикорпоративный Университет | |
| Веир Минералз | <ul style="list-style-type: none"> Совместное проектирование и создание внутреннего Корпоративного Университета. |
| Системы мотивации | |
| Кубань-Сласть, Злата, Дядя Ваня, Дессан | <ul style="list-style-type: none"> Рекомендовал улучшения системы монетарной и немонетарной мотивации с анализом показателем и составлением ТЗ для их расчета в IT. |
| Развитие кадрового резерва | |
| Очаково | <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. |
| Оценка кандидатов в руководители отдела продаж | |
| Дядя Ваня, Сульдин, Злата, Гарден Ритейл Сервис, Русская Консервная Компания | <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 контракторов 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 ЗРД 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

| | Продажи и переговоры |
|---|---|
| ■ | <ul style="list-style-type: none"> ■ Курс из 4-х тренингов по продажам и переговоров <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 Руспродсоюзом (ассоциация из 400 поставщиков в розничные сети) созданы специализированные тренинги для КАМ, использующие опыт взаимодействия Руспродсоюза 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. |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Клиенты Академии Русспродсоюза: Дымов, Мареван, Русагро-Масло, Юнилевер, Конти, 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 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, Шоколенд, Бородинское, Деликатес-трейд, Адыйская Соль, Арт-Ам, Сокол, Орланэко, Экопродукт, Репьевский крупозавод, Молторг, Круглый год, Натуральные Продукты и др. |
| | <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 Сокок. |
| | <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 разьяснением 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-torgovyie-seti | 2016 | Практикум Поставщика: 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 | Практикум Поставщика: 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 | Практикум Поставщика: Типичные ошибки поставщика при начале сотрудничества с торговыми сетями | 8 тыс |
| 21 | www.new-retail.ru/business/praktikum_postavshchika_vybor_strategii_i_otsejka_effektivnosti_promo_aksiy_v_torgovykh_setyakh2718/ | 2016 | Практикум Поставщика: Выбор стратегии и оценка эффективности промо-акций в торговых сетях | 16 тыс |
| 22 | https://new-retail.ru/business/detali_bog_tonkie_nyuansy_sostavleniya_kommercheskikh_predlozheniy_v_torgovuyu_set1123/ | 2016 | Практикум Поставщика: Нюансы составления коммерческих предложений в торговую сеть. | 17 тыс |
| 23 | https://new-retail.ru/business/praktikum_postavshchika_pervichnoe_kommercheskoe_predlozhenie_v_torgovuyu_set4115/ | 2016 | Практикум Поставщика: Первичное коммерческое предложение в торговую сеть. | 14 тыс |
| 24 | https://new-retail.ru/business/metodika_6s_i_upravlenie_znaniyami_neobkhodimymi_dlya_effektivnogo_sotrudnichestva_s_torgovymi_setyami3494/ | 2017 | Практикум Поставщика: Методика «6С» и управление знаниями, необходимыми для эффективного сотрудничества с торговыми сетями | 16 тыс |
| 25 | leonov.consulting/publication/konkurentnye_strategii_regionalnyh_roznicnykh_setej/ | 2017 | От IT до продуктового ритейла | 4 тыс |
| 26 | https://new-retail.ru/business/my_prinimaem_bov_pobedonosnye_strategii_regionalnykh_roznicnykh_setey_1767/ | 2017 | Конкурентные стратегии региональных розничных сетей | 16 тыс |
| 27 | Прод и прод | 2017 | Подготовка к переговорам с сетями | 19 тыс |
| 28 | https://new-retail.ru/business/test_na_gotovnost_postavshchikov_ili_kogda_ne_nuzhno_nachinat_rabotat_s_torgovymi_setyami1168/ | 2017 | Тест на готовность поставщиков, или когда не нужно начинать работать с торговыми сетями. | 14 тыс |
| 29 | https://12news.ru/doc15886.html | 2017 | Про сознательных и бессознательных финансовых директоров | 12 тыс |
| 30 | https://12news.ru/doc15857.html | 2017 | Особенности построения CRM для компаний, сотрудничающих с торговыми сетями. | 8 тыс |

| | | | | |
|----|---|------|--|--------|
| 31 | https://new-retail.ru/business/instrumenty_postavshchika_karta_profilya_seti_i_t_siklogrammy9628/ | 2017 | Карта профиля сети и циклограммы | 11 тыс |
| 32 | https://new-retail.ru/business/surovaya_deystvitelnost_pro_soznatelnykh_i_bessoznatelnykh_kommercheskikh_direktorov4758/?sphrase_id=89126 | 2017 | Про сознательных и бессознательных коммерческих директоров | 13 тыс |
| 33 | https://new-retail.ru/business/trening_protseess_kak_kogda_chemu_i_komu_uchit_prodavtsov7934/?sphrase_id=89916 | 2017 | Рекомендации HR-специалистам по организации обучения продавцов в торговые сети | 26 тыс |
| 34 | https://new-retail.ru/business/razum_i_chuvstva_emotsionalnyy_intellekt_v_peregovorakh_s_torgovymi_setyami9319/?sphrase_id=91706 | 2017 | Эмоциональный интеллект в переговорах с торговыми сетями | 10 тыс |

| | |
|-----------------|---|
| КОНТАКТЫ | dmitry@leonov.consulting +7 (916) 600-17-69. |
|-----------------|---|