

Управляваш това, което можеш да измериш

VA Group



Ситуацията

Компанията, работи от 10 година на българския пазар като прозвежда и продава своята продукция чрез дистрибуторска мрежа.

Разрастването на ключовите клиенти с нови правила, агресивната конкурентна среда, навлизането в нови канали на дистрибуция, налагат нови роли на търговската сила.

Предизвикателството пред компанията е как да позиционира цялото си продуктово портфолио в обектите, а не само най- известните си продукти.

VAGROUP
Salesforce Development Support

1000 Sofia
28, Hristo Botev blvd., office 9

e_mail: info@vagroup.bg
www.vagroup.bg

phone: (+359 2) 9 500 400
(+359 2) 9 500 401
mobile: + 359 879 407 760

Анализа

Бързото разрастване на компанията и фокус върху производството. Продажбите разчитат на работата на дистрибуторите. Те от своя страна са на различно организационно ниво и на развитие, което задруднява комуникацията и знанията за крайния клиент. Ефективността в работата на дистрибуторите варира в широки граници по региони.

- Търговската сила на компанията достатъчна ли е?
- Неообходим ли е допълнителен ресурс за неорганизирания пазар?

Поглед върху работата на търговската сила на компанията показва възможности за оптимизация на вътрешната отчетност и комуникация, ролята на търговските представители и реалната работа, която се очаква от тях в обектите.

Предизвикателствата

Ръста на продажбите изостава от ръста на структурата

Процесът на работа в търговски отдел от констативен характер трябва да стане про- активен

Промяна на очакванията и ролята на дистрибуторите. Липсата на данни данни за продажбите през клиент затруднява планирането и знанията за пазара.

Увеличаването на организирания пазар води до засилена битка в неорганизирания.

Необходими са нови умения при водене на преговорите с веригите.

Задачите

Компанията трябва да внедри процес на продажба, който да засили диалога с дистрибуторите.

Лостовете на успешна продажба трябва да се определят ясно и като резултат планирането да ги раграничава, управлява и измерва ефективно.

„Провдаваме повече“ да се развива в контекста на укзания как да се случва това със съответните инструменти.

Следенето на продуктовото позициониране в обектите да се прави от търговста сила на компанията чрез унифицирана база данни от крайни клиенти, която да дава информация както за планирането, така и за пазарните тенденции.

Ясния процес на продажба трябва да определи ролите в структурата.

Да се разработи и внедри програма за развитие на обектите по отношение на продуктово присъствие спрямо категориите клиенти.

Промените

- Съсредоточаване на ресурсите върху клиентите
- Въвеждане на процес на планиране, следене и развитие за постигане на целите на всички нива – през клиенти и през дистрибутори

Намеса на VA Group в:

- Планирането
- Измерването
- Структурата,
- Уменията на търговската сила

Фокус

Развитие на обектите чрез цели за видимост и представяне, заедно с ефективен продажбен процес, за да придвижим клиентите към по-високи нива на развитие и да постигнем ръст на продажбите

Профилиране на клиентската структур, за определяне на бизнес потенциала

Фокус на търговските усилия към развитие на продажбите през клиент

При ограничени ресурси да се фокусирама в най- големите възможности

Резултатите:

Опростен процес на отчетност

Стандарти за добро представяне на всички нива в търговската сила

Месечни планове за дейностите

Инструменти за работа за всяко ниво и функция

База данни на клиентите и сегментиране на пазара

Ясен търговски цикъл

Обучен търговски екип в новите им роли

Стандарти за имерване на представянето и резултатите

Партъорска програма с дистрибуторите, измерваща резултатите в обектите