

na prodajnem mestu

POSPEŠEVANJE PRODAJE

Uporaba mobilne tehnologije

Pametni telefoni in tablice, ki jih je danes možno nabaviti skoraj na vsakem koraku, so osnova za uporabo informacijskih storitev, te pa dvigujejo kvaliteto prodajnih aktivnosti na povsem novo raven.

Avtor: Patrik Zupančič, PROMO.FIL d.o.o.



Trenutno stanje

Uspešni pospeševalci prodaje in komercialisti na terenu morajo imeti veliko znanja in sposobnosti. Proaktivno raziskovanje terena, planiranje pristopa pred prvim kontaktom s stranko, vzpostavitev odnosa s potencialnimi novimi strankami, pospeševanje prodaje, razvoj odnosov z obstoječimi strankami in poprodajne aktivnosti so le del ciklusa, ki ga vsakodnevno opravljajo, pri tem pa ohranjajo aktivne stike z več sto ljudmi.

Kateri so problemi in izzivi, s katerimi se soočajo danes skoraj vsa podjetja, ki se ukvarjajo s terensko prodajo:

1. pospeševalci prodaje in komercialisti na terenu so ločeni od podjetja in podatkov, potrebnih za njihovo učinkovito delo;
2. vodenje ekipe dislociranih pospeševalcev prodaje in komercialistov na terenu samo z uporabo mobilnega

telefona je zelo zamudno in preprečuje sledljivost informacij;

3. napake in zamude pri dobavi blaga;
4. obsežna in dolgotrajna administracija;
5. nezmožnost nadzora nad dogajanjem na prodajnih mestih, nad prodajnim osebjem in stroški;
6. neažurnost pretoka informacij;
7. obremenjeni s številnimi nalogami na sedežu podjetja, vodje prodaje težko najdejo dovolj časa za spremljanje in pregled poslovanja na terenu, zato najpogosteje o razmerah na terenu izvedo iz poročila, z nekaj dni zamude.

Rešitev je mobilna tehnologija

Mobilna tehnologija - pametni telefoni in tablice - ki jih je danes možno nabaviti skoraj na vsakem koraku, so osnova za uporabo informacijskih storitev, ki dvigujejo kvaliteto prodajnih aktivnosti na povsem novo raven.

Zmanjšanje stroškov, povečanje učinkovitosti in povečanje končnega rezultata so koristi, ki se realizirajo takoj po uvedbi. Zato so informacijske storitve za prodajo na terenu v zadnjih letih postale pomembno orodje, ne le za preživetje recesije, ampak so tudi ključnega pomena za doseganje konkurenčne prednosti v časih oteženega poslovanja.

Torej, s to tehnologijo in praviimi informacijskimi storitvami je res mogoče brez večjih stroškov in v realnem času spremljati terensko prodajo ter jo učinkovito koordinirati z dejavnostmi na sedežu podjetja.

Ponudnikov teh storitev je več – koga izbrati

Eden najboljših ponudnikov danes je zagotovo podjetje Salespod. Na tem mestu bi citiral članek enega od soustanoviteljev in direktorja podjetja **g. Marka Kovača**, ki najbolje predstavi prednosti teh informacijskih storitev nove generacije:

“Informacijske storitve za spremljanje mobilnega poslovanja omogočajo popoln vpogled v poslovanje na terenu, in to v realnem času. Konkretno to pomeni, da vodja prodajne ekipe v vsakem trenutku lahko spremlja, kje so prodajni zastopniki, kaj točno počnejo in katere podatke vpisujejo. Lahko jim takoj pomaga ali predlaga rešitve, lahko pa tudi naknadno analizira vse rezultate njihovega dela.

Pa drugi strani pa lahko z uporabo pametnih telefonov in tablic zaposleni strukturirano zabeleži-

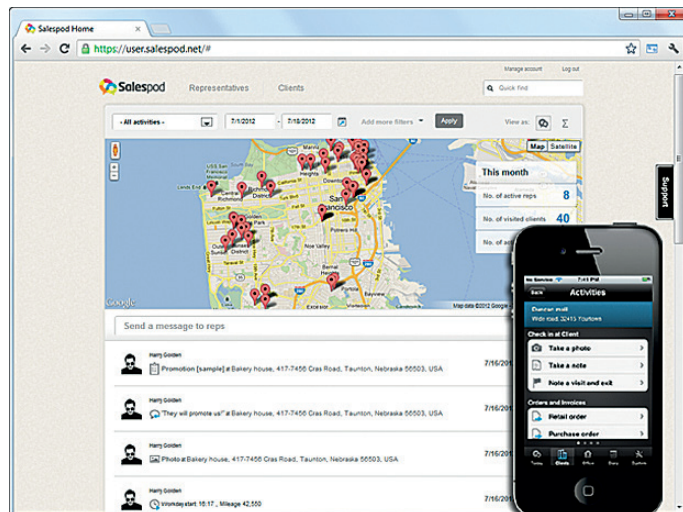
jo vsak podatek: podatke o stranki ali kontaktu, pozicioniranje blaga ali POS materialov, dejavnosti konkurence ali, na primer, cene. Mobilna naprava torej postaja digitalni "potniški rokovnik". Samo za razliko od tradicionalnih papirnatih rokovnikov, imajo mobilne naprave veliko prednost: lahko so povezane z informacijskim sistemom podjetja. To pomeni, da lahko uporabniku na terenu zagotavljajo informacije o zalogah, cenah ali povpraševanju.

Delavec lahko zato že na terenu, brez klicanja v pisarno, pride do vseh informacij, ki jih potrebuje za izvajanje prodajnih aktivnosti.

Na drugi strani pa imajo vodje timov in menedžerji strukturiran pregled nad vsemi dejavnostmi in možnost podrobne analize.

Tukaj je nekaj primerov, kaj vse je mogoče s pomočjo pametnih telefonov ali tablic in omenjenih informacijskih storitev:

S spremljanjem časa začetka in konca delovnega dne in vezanjem teh trenutkov z geo-položajem zaposlenih dobimo vpogled v količino časa, porabljenega na terenu. Če prodajni predstavnik zaostaja pri uresničevanju ciljev, ne bo težko ugotoviti, ali je težava v pomanjkanju pobude in



predanosti. Po drugi strani pa, če je nek prodajni predstavnik na terenu manj kot drugi, pa vendar ima izjemne rezultate, lahko vidimo, kje je razlog za ta uspeh, in takšno prakso prenesemo tudi na druge.

S spremljanjem izvajanja prodajnih aktivnosti v realnem času dobimo vpogled v to, koliko prodajnih predstavnikov je v nekem trenutku aktivnih in kje so. To je lahko odlična analiza ustreznosti razporeda terena in strank.

Z zbiranjem ključnih informacij o zahtevah kupcev, tržnem zaznavanju ali konkurenci lahko učinkovito prilagodimo svojo prodajno strategijo in usmeritev naših prizadevanj. Dokumentiranje fotografij in enostaven vnos podatkov omogočajo neslutene možnosti za raziskave.

Z uporabo strukturirane komunikacije, kratkih sporočil in obvestil lahko preprečimo izgubo pomembnih podatkov, omogočimo sledljivost in dvignemo duba sodelovanja znotraj ekipe.

Z vnosom podatkov na terenu v trenutku nastanka se izognemo dolgotrajnemu in zamudnemu pisanju poročil ob koncu dneva ali tedna.

Uvedba

Največja prednost opisanih informacijskih storitev je, da se lahko uporabljajo kot na primer spletno bančništvo. Ne potrebujemo posebne namestitve, ne dolgotrajnega procesa implementacije, zato so te storitve idealne za podjetja, ki ne želijo porabiti dodatnih sredstev za vzdrževanje. Poleg tega uvedba teh storitev običajno ne zahteva kapitalske naložbe. Namesto tega se plačuje mesečni strošek glede na obseg uporabe, tj. število aktivnih terenskih delavcev. Večina ponudnikov tovrstnih storitev omogoča tudi testno uporabo, s čimer se odpravi kakršnokoli tveganje pri uvedbi.

Torej če na kratko povzamemo glavne prednosti uporabe mobilne tehnologije pri prodaji oz. pospeševanju pro-

daje v kombinaciji z aplikacijo Salespod:

1. Rešitev je v prvi vrsti **prilagojena pospeševalcem prodaje in komercialistom na terenu**: celoten koncept te aplikacije je postavljen na temelju njihovega cilja, da se čimbolj poenostavi delo ljudi na terenu, ne da se jih dodatno obremenjuje:
 - a. lažje planiranje obiskov, kreiranje planov obhodov,
 - b. vsi potrebni podatki za uspešno delo so vedno na voljo, brez nepotrebne papirja (kot npr. šifranti kupcev, izdelkov, cenik, zaloge, slike in predstavitve izdelkov, planogrami, ruting plani, poročila s prejšnjih obiskov ipd.),
 - c. enostavnejši vnos podatkov, pridobljenih na terenu – naročila, poročila, reklamacije, slike ipd., ter zgodovina teh podatkov,
 - d. lažja in konkretnjša komunikacija z nadrejenimi, v realnem času,
 - e. ni več nepotrebne dela doma s prepisovanjem poročil in oddajanjem.
2. Rešitev je prav tako **zelo uporabna za vse vodje prodajnih ekip** oz. ekip pospeševalcev prodaje:
 - a. jasen pregled nad delom vseh pospeševalcev prodaje in komercialistov na terenu, v realnem času, iz pisarne ali od koderkoli drugod po svetu,
 - b. takojšnje informacije s terena, ne šele iz poslanega poročila po kakšnem dnevu, tednu ali celo mesecu,
 - c. lažja in konkretnjša komunikacija s podrejenimi, v realnem času,
 - d. precej lažja obdelava in analiza vseh podatkov s terena, ki se zbirajo in "back-officu" (kot npr. realizacija ruting planov, vrednost naročil, primerjava naročil oz. prodaje med kupci ali med komercialisti, analiza pro-

O podjetju Salespod

Salespod je celovito in avtomatizirano orodje za pametne telefone in tablice, ki deluje v realnem času in je osredotočeno na izvajanje prodajnih in servisnih dejavnosti na terenu. Uporabnikom je na voljo kot internetna storitev. Salespod uporabljajo predvsem prodajni zastopniki na terenu, pospeševalci prodaje, serviserji, nepremičninski in zavarovalniški agenti. Namenjen je povečanju prodaje in produktivnosti, z vpogledom v delo na terenu v realnem času in z uporabo pametnih analitik.

Nagrade: Salespod je bil izbran kot najboljši v kategoriji "Sales operations" na konferenci "Under the Radar 2011" v Mountain Viewu v Kaliforniji, tako s strani sodnikov kot tudi po izbiri občinstva. Prav tako so bili izbrani kot eno izmed 10-tih najboljših evropskih start-up podjetij na "Startup Week 2011" na Dunaju v Avstriji, nominirani pa tudi za nagrado »Europas 2011 Award«. V maju 2012 so prejeli nagrado Microsoft ISV kot "najbolj inovativno start-up podjetje".
Partnerji: Cisco, Microsoft, Salesforce.com, Telekom Austria Group (Vipnet)

Reference/kupci: T-Mobile, Lavazza, Keune Haircosmetics, L'Oreal, British American Tobacco, Jaegermeister, Ilirija, Paloma, Badel, Dietpharm...

Več o podjetju lahko najdete na njihovi internetni strani www.salespod.net, ali jih kontaktirate na info@salespod.net

Ekskluzivni zastopnik za Slovenijo:

Promo.fil d.o.o. (+386 41 679-180)

daje po dnevih in urah, primerjava informacij iz poročil med komercialisti ali pa med različnimi obdobji, poročilo vseh slik iz določene trgovine v določenem obdobju, razmerje med delom v trgovini in časom na poti, in še vrsto drugih).

3. Tretja prednost pa je ta, da rešitev **ne zahteva neke večje investicije:**

- a. gre za storitev v oblaku, torej za to ne potrebujete svojega serverja ipd.,
- b. aplikacija se lahko poveže z vašim ERP sistemom:
 - lahko se torej uporabi vaša baza kupcev, izdelkov, cenik ipd.,
 - vsa naročila, zabeležena v tej aplikaciji na terenu, se lahko direktno importirajo v vaš informacijski sistem naročil, kar omo-

goča izredno hitro dobavo, brez napak pri prepisovanju ipd.,

- c. gre večinoma za že "ready-to-use" proizvod, ki se ga samo naloži na mobilno enoto in začne uporabljati (možne so sicer tudi določene prilagoditve),
- d. plačuje se mesečni strošek najema te storitve za posameznega uporabnika,
- e. omogočeno je celo 30-dnevno poskusno obdobje.

Nekateri uporabniki Salespod aplikacije vedo povedati, da se jim je zaradi uporabe mobilne tehnologije **povečala produktivnost njihovega prodajnega osebja na terena za 25-30 %.**

V naslednjih številkah revije IN STORE pa bomo podrobneje predstavili posamezne prednosti te aplikacije. ■