

18. MARKETINŠKI FOKUS

**Kako s pol manjšo ekipo doseči enak prodajni rezultat –
primer **WLW****

Situacije pred spremembami

**Wer
liefert
was?**

- 9 prodajnih zastopnikov
- deljena geografska področja
- različne starosti in predznanja
- premajhno poznavanje izdelkov in storitev
- retencijska stopnja < 30%
- klasičen prodajni koncept

Uvedene spremembe

- 4 prodajni zastopniki
- zaokrožena geografska področja
- skupno postavljanje ciljev
- izobraževanje in usposabljanje – poenotenje znanj in veščin
- retencijska stopnja > 60%
- uvedba trženjskega koncepta
- dogovor o spremenjenem nagrajevanju

Uvedba sprememb - zastopniki

- manjše število zastopnikov je posledica odhoda zastopnikov iz podjetja, ker so pričakovali še slabše razmere
- v kratkem času je bilo nemogoče najti in usposobiti manjkajoče prodajne zastopnike
- aktivno iskanje novih prodajnih zastopnikov
- celotna baza podatkov se je razdelila kot geografska celota med preostale prodajne zastopnike
- spremenjen sistem dela
- uvedba nadzora nad aktivnostmi prodajnih zastopnikov

Uvedba sprememb - usposabljanje

- priprava priročnika za prodajne zastopnike
- produktna šolanja prodajnih zastopnikov
- skupni prodajni obiski in ocenjevanje dela prodajnih zastopnikov
- mesečni sestanki in prenos izkušenj med prodajnimi zastopniki
- poglobljena izobraževanja na področju prodajnih tehnik
- intenzivna poglobljena izobraževanja in usposabljanja novih prodajnih zastopnikov

Uvedba sprememb - rezultati

- povečanje prometa za 10 % glede na preteklo leto
- povečanje povprečne vrednosti pogodbe za 30%
- zaradi aktivnega delovanja na trgu, se poveča število podjetij, ki ponovno sklenejo pogodbo na 60%
- dober odziv s strani strank na spremenjen način dela
- porast uporabe spletne platforme in obiska spletnih strani
- večje zadovoljstvo pri delu s strani prodajnih zastopnikov

Uvedba sprememb – trženjski koncept

**Wer
liefert
was?**

- spremenjen dostop do potencialnih kupcev – ne ponujamo več vsega, temveč na osnovi analize potreb potencialnega kupca sestavimo ponudbo storitev, ki rešujejo težave kupcev
- strukturiran prodajni razgovor, ki s pomočjo obširne faze analize daje možnost celovitejše ponudbe rešitve potencialnemu kupcu
- svetovalni pristop k prodaji za dosego situacije “win-win”
- kupci občutijo večjo skrb za njihovo predstavitev na spletni platformi in da je to investicija za razvoj podjetje in ne le oglaševanje
- zaradi povezav s spletnimi iskalniki se poveča število ogledov predstavitev podjetij predstavljenih v spletni platformi

Uvedba sprememb – dodatne možnosti

**Wer
liefert
was?**

- prodaja paketov storitev v različnih obsegih (poimenovanje v skladu s filozofijo podjetja – WLW, Economy, Business, Internet, Home page, Produkt info in Professional)
- “polovička” – namesto polnega osnovnega vpisa, ima podjetje dodano odprto povezavo do elektronske pošte in omejeno število rubrik
- myWLW – dodatna brezplačna storitev, ki omogoča pregledovanje podatkov od kjerkoli in kadarkoli, ter shranjevanje priljubljenih povezav
- prost dostop do podatkov preko portala za mobilne telekomunikacije (wap)
- ciljna prodaja – hoteli, kongresni centri, društva

Uvedba sprememb – nagrajevanje

**Wer
liefert
was?**

Sistem nagrajevanja je bil spremenjen iz fiksne provizije v znižan fikсни del in dodatni variabilni del in sicer takole:

- osnovna fiksna vrednost provizije od skupnega zneska sklenjenih pogodb
- variabilni del, ki je omogočal povečanje provizije nad staro raven, v primeru doseganja kriterijev, pomembnih za dolgoročni obstoj in razvoj podjetja:
 - realizacija plana prometa
 - realizacija odprtih plačil
 - dosežena retencijska stopnja
 - doseženo število novih kupcev
 - realizacija povprečne vrednosti pogodbe
- zaradi dviga skupnega zneska provizije se je povečala motivacija prodajnih zastopnikov
- skupni rezultat je bil dvig prometa celotnega podjetja

Celovitost sprememb

- uvedba mesečnega mailinga vsem kupcem – posredovanje gesla za dostop do podatkov v platformi (obveščanje o novostih)
- kooperacije s spletnimi iskalniki (Najdi.Si, Google, Delo, Finance, OZS in tuji iskalniki)
- sponzoriranje različnih športov (košarka, kriket, golf)
- poslovna in promocijska darila z logotipom podjetja (pisala, osvežilci zraka, namizne podloge, kape, dežniki, ...)
- priprava predstavitev spletne platforme za različna združenja in ustanove
- ustvarjanje image-a podjetja

**Hvala za pozornost in
obilo uspehov pri
doseganju ciljev!**

