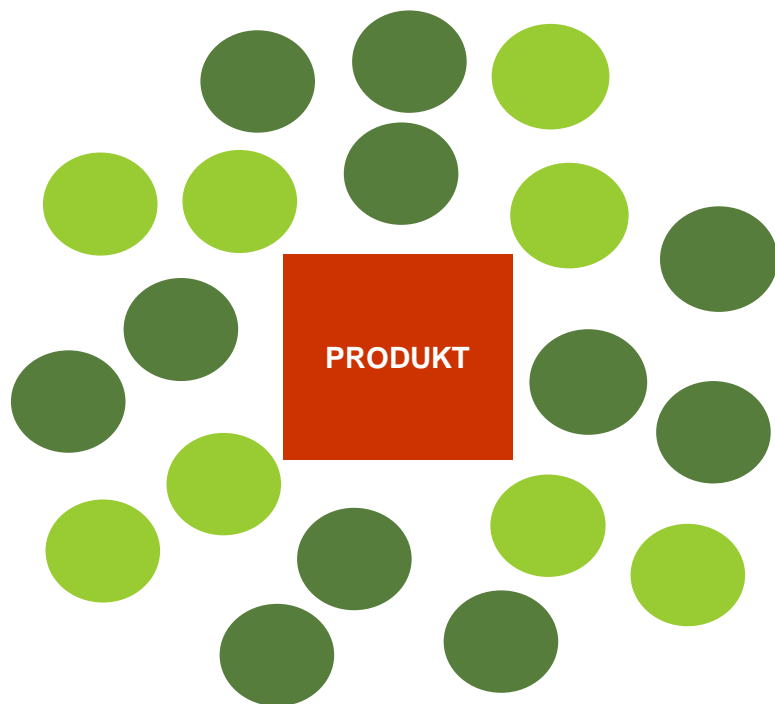


Ali še vedno potrebujete oddelek za trženje? – izkušnje UniCredit Bank*

Tina Turk Lupieri, titurk@hotmail.com

Stranke odločajo o tem ali je produkt vreden nakupa ... in ponovnega nakupa



“Imam produkt – iščem stranko”

PRODUKTNA ORIENTIRANOST

Tradicionalni mediji

Produkti se razvijajo brez vključevanja strank
Odnosi s strankami temeljijo na posameznih transakcijah

Finance



“Kakšne so potrebe stranke – kako jih zadovoljim”

ORIENTIRANOST NA STRANKO

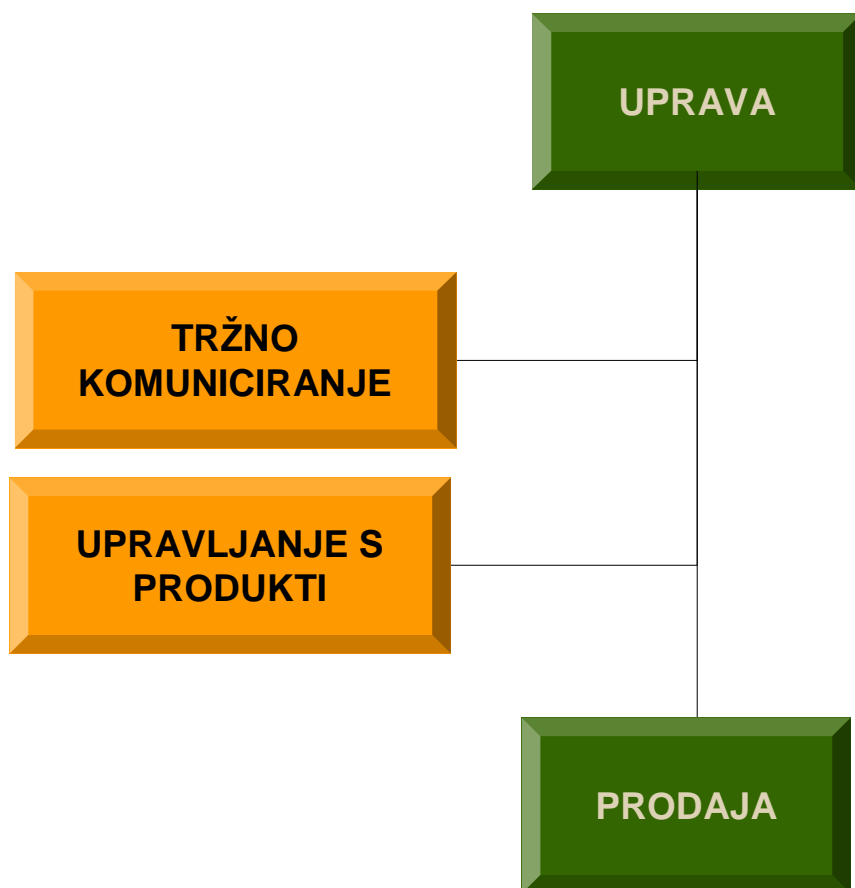
Dvosmerna komunikacija

Produkti se razvijajo glede na potrebe strank
Odnosi s strankami se gradijo dolgoročno

Kakšna je infrastruktura?



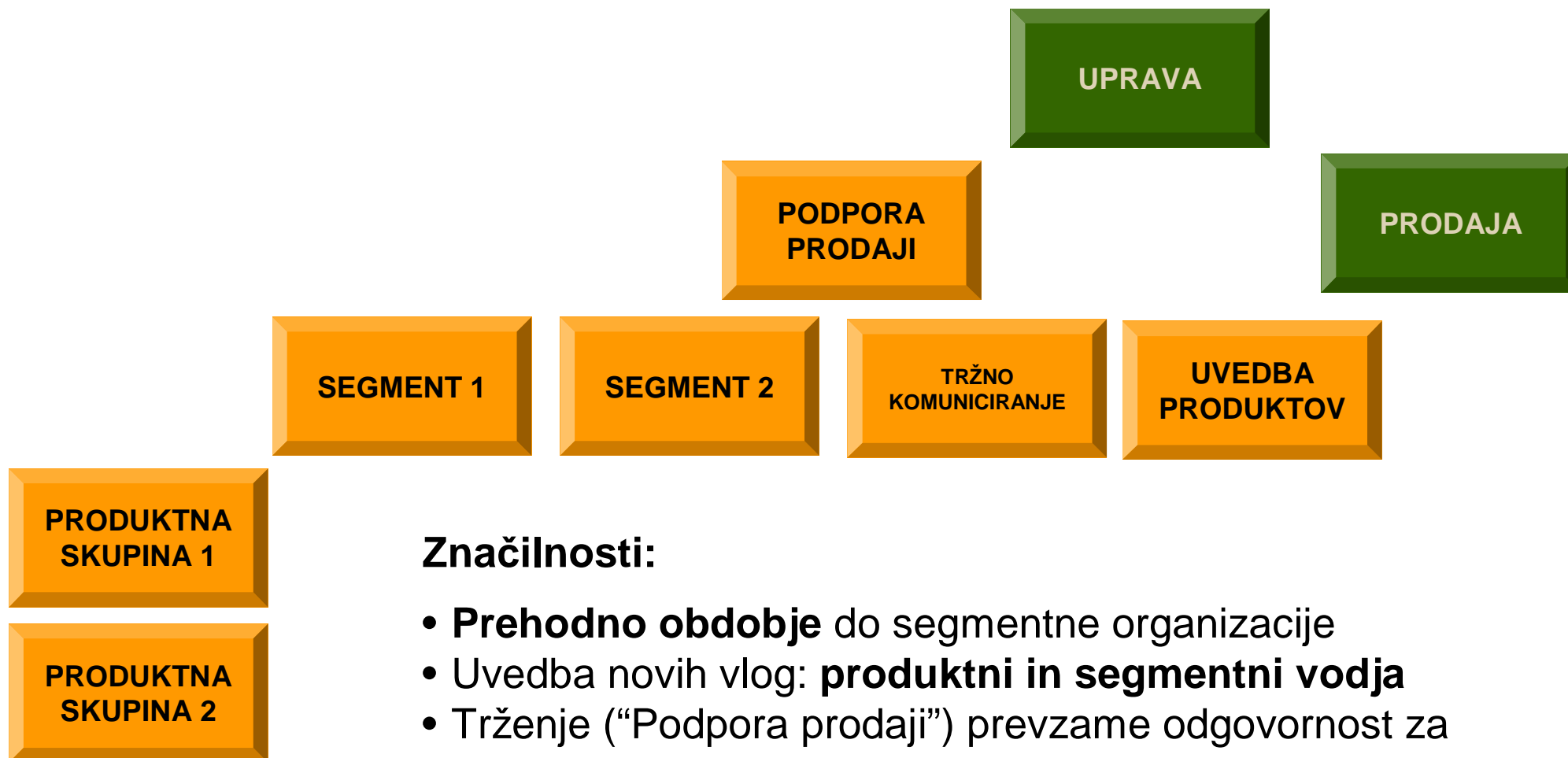
Organizacija trženja v UCB leta 2006



Značilnosti:

- Trženje odgovorno za stroške trženja
- Neformalna vloga produktnih vodij v prodaji, tehnologiji,...
- Neprepoznavnost banke na segmentu prebivalstva

Evolucija organizacije trženja v UCB v letih 2007 - 2009



Značilnosti:

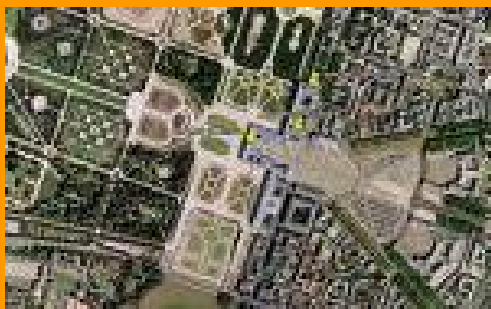
- **Prehodno obdobje** do segmentne organizacije
- Uvedba novih vlog: **produktni in segmentni vodja**
- Trženje ("Podpora prodaji") prevzame odgovornost za dobičkonosnost produktov in segmentov

Izzivi prehodnega obdobja

- Rivalstvo med produktnimi in segmentnimi vodji
- Pomanjkanje znanj in sposobnosti (analitična znanja, vodenje projektov, vztrajnost, proaktivnost, ...)
- Matrično vodenje v hierarhično organiziranem podjetju

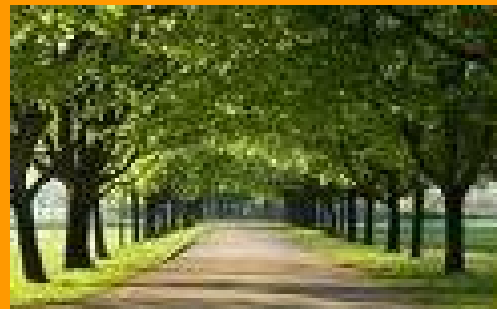
Negovanje odnosov s strankami zahteva dobro sodelovanje med snovalci in izvajalci

SEGMENTNI VODJA



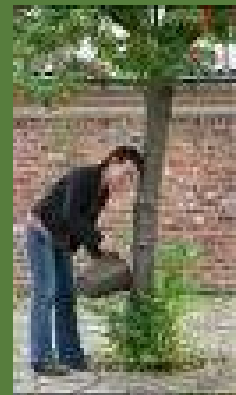
- Analiza in spremljanje potreb strank
- **Oblikovanje prodajnih akcij** preko vseh prodajnih poti
- Tržne raziskave

PRODUKTNI VODJA



- **Oblikovanje ponudbe** (produkti, paketi, cene)
- **Izobraževanje** prodaje – procesno in produktno
- Proučevanje trga in trendov
- Sodelovanje pri razvoju produktov in uvedba novih produktov

PRODAJA



- **Izvedba prodajnih akcij**
- Sodelovanje pri oblikovanju prodajnih akcij



Ali imam prave ljudi?

Kako zagotoviti ustrezna znanja, sposobnosti in motiviranost

- Mantra: analiza – plan – test – akcija – analiza – ...
- Izobraževanja + izmenjave znanj
- Kadrovanje izven svoje industrije delovanja
- Vključitev zunanjih partnerjev
- Postavitev merljivih ciljev

Prevezeli smo odgovornost



Finančni
kazalci

IT uvedba
"novega -starega"
sistema

Prodajni
rezultati

Razno:
Rezultati
raziskave
zadovoljstva
strank

Kaj je na agendi uprave?

Razumevanje najvišjih vodilnih je ključnega pomena za uspeh

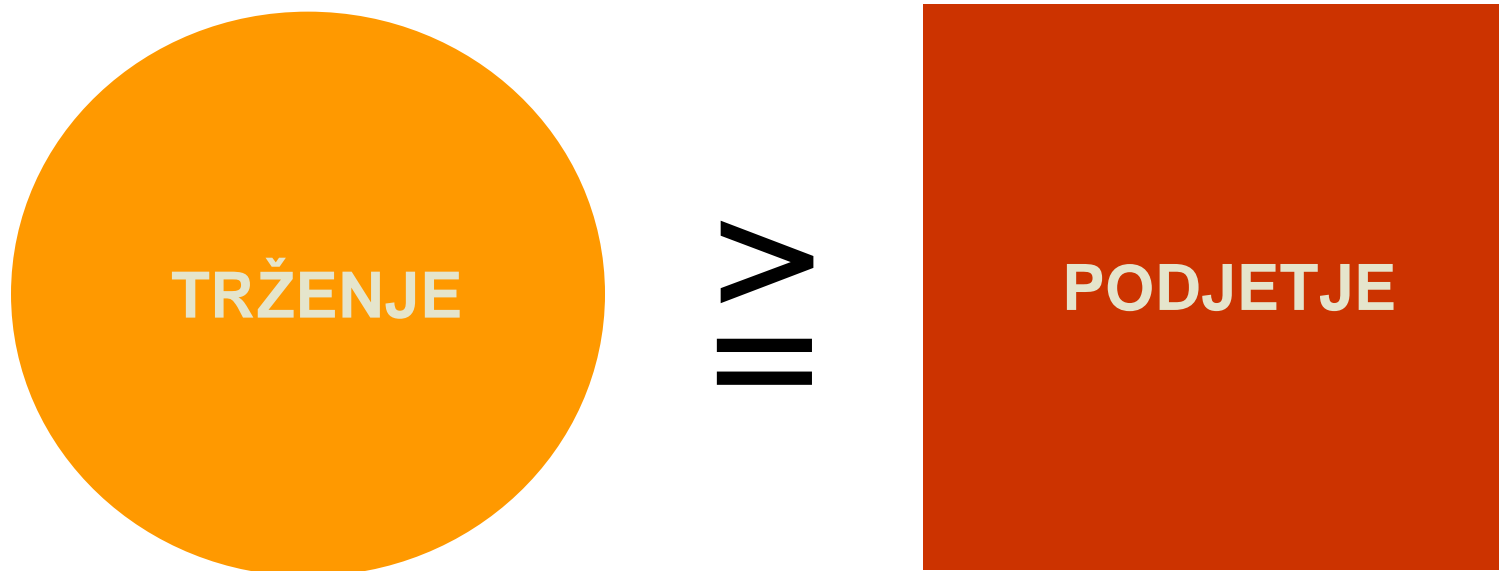


- Teme o potrebah in zadovoljstvu strank se pojavljajo na sestankih uprave
- Ustanovitev razvojnega sveta, ki spremlja uvajanje novih produktov

Kako postati h kupcu osredotočeno podjetje

- **Postopen prehod** iz obstoječe v željeno organiziranost, če je razkorak med obstoječim in željenim prevelik
- Razvoj sposobnosti in znanj zaposlenih zahteva **čas** – cilj so sodelavci, ki so proaktivni in ne potrebujejo veliko navodil
- Brez **podpore uprave** ne gre oz. gre počasi

Ali še vedno potrebujete oddelek za trženje?



Zgrabi odgovornost za spremembe!