

# Ključni kazalniki uspeha in vloga coachinga

**Mercuri International Slovenija**





# Ko ne gre po načrtu - možne reakcije in posledice

- a) Pritisk na več dela, povečanje prodajnih aktivnosti
- b) Delo z novimi kupci – na škodo obstoječih
- c) Iskanje novih proizvodov in posebnih (promocijskih) akcij
- d) Pritisk na zniževanje cen, posel za vsako ceno
- e) Nevarnost znižanja kakovosti izvedbe, prevlada kratkoročnosti nad dolgoročnostjo
- f) Usposabljanje v pomanjkanju časa, preveč usmerjanja
- g) Možno poslabšanje odnosov
- h) Padec motivacije
- i) Ponovi se logika od a. do h.



# Strateška možnost

1. **Storiti nič, je narobe v večini primerov!**
2. **Kar se meri, se tudi naredi!**



# Uvodne ugotovitve

## Primer:

- Premajhno število prodajnih aktivnosti
- Število obiskov za ponudb = 3
- Število ponudb za posel = 4
- Enodimenzionalni posli
- Relativno nizka vrednost povprečnega posla
- Povečanje povprečnih popustov
- Padajne števila velikih projektov
- ...



# Ključni kazalniki uspeha

KKU predstavljajo sistematično merjenje najpomembnejših kazalcev praktične izvedbe in uspeha.



# Ključni kazalniki uspeha

1. Produktivnost
2. Profitabilnost
3. “Cash Flow”
4. Kupci
  - 4a. Kupci; TOP 10
  - 4b. Kupci; segmenti
5. Ponovni nakup
6. Novi posli
7. “In-selling”
8. Ljudje
9. Proizvodi, rešitve
10. Prodajne aktivnosti



# Prvi korak - merjenje aktivnosti

- Število dogovorov za sestanek
- Število UP obiskov
- Število ponudb
- Število RS obiskov
- Število dobljenih poslov, naročil
- Velikost povprečnega posla
- Zastopanost posameznih proizvodov - splet



# Prvi rezultati

- Povečano število dogovorov za sestanke (+)
- Povečano število obeh vrst obiskov (+)
- Povečano število ponudb (+)
- Število dobljenih poslov, naročil se ni izboljšalo v želeni meri (?)
- Velikost povprečnega posla skoraj enaka (?)
- Zastopanost posameznih proizvodov nekoliko širša (?)



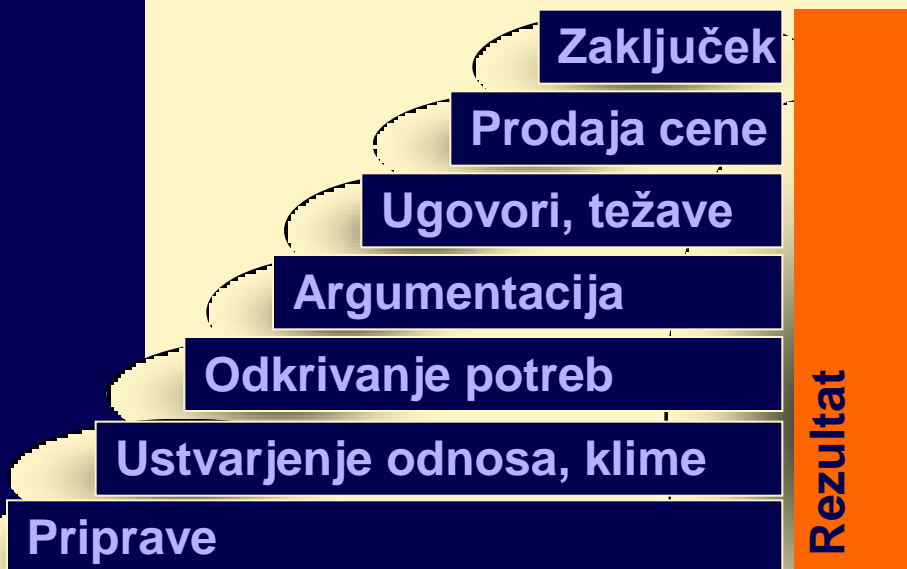
## Drugi korak - ukrepi

- Pregled števila kupcev v platformi in realni obdelavi
- Določitev kupcev s potencialom za projekte
- Določitev kupcev za timsko obravnavo
- Določitev kratkoročnih ciljev, tarč
- Tesno sledenje in poročanje
- Akcijski dogovori na prodajnih sestankih
- Pregledovanje ponudb in uvedba obveznih sestavin
- Zasledovanju in merjenju prodajnih aktivnosti smo dodali spremljanje vsebine oziroma kakovosti prodajnega dela – uvedba coachinga.

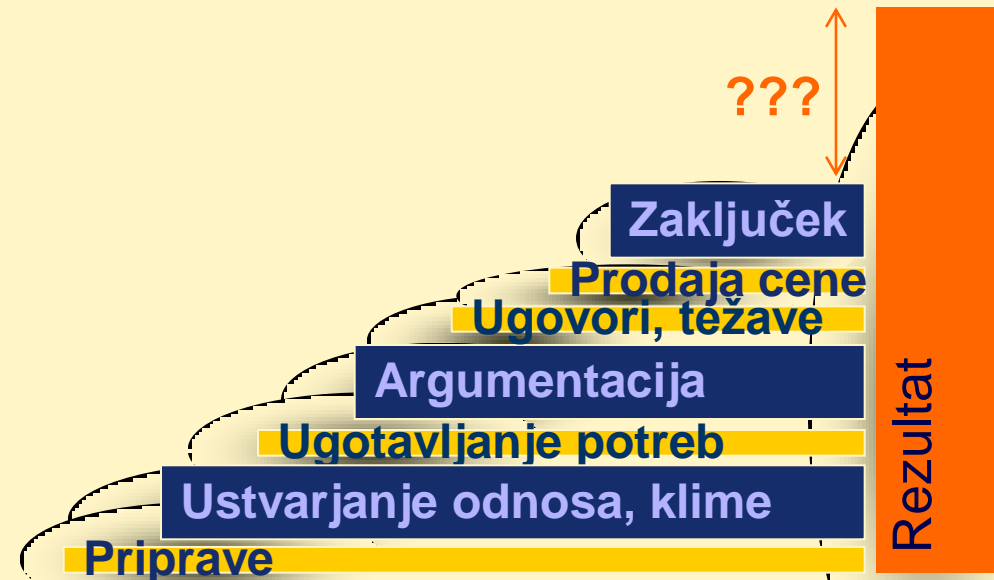


# Področja za razvoj - coaching

## Idealna situacija



## Obstoječa situacija – terenska analiza





# Vrednost izkušnje

## ► Prednosti uporabe K KU:

- Prispevajo k povečani aktivnosti in ustrežnejše smeri.
- Dajo jasno sliko in so preprosto orodje, ki ga lahko uporabi vsak.
- Predstavljajo sistem zgodnjega opozarjanja.
- Podpirajo standarde učinkovitosti in način načrtovanja.
- So orodje vodenja in samoorganiziranja, samodiscipline.
- Omogočajo neposredne primerjave in poenotijo napore, aktivnosti.
- Še boljše rezultate je mogoče doseči v povezavi s coachingom!
- **Nam so prinesli dober rezultat v letu 2004!**