

Sales Insights Βελτιστοποίηση Λειτουργιών Πωλήσεων

Το μοντέλο **Sales Insights** είναι ο οδικός χάρτης που οδηγεί στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών πωλήσεων και των επιχειρηματικών επιδόσεων και επισημαίνει τι λειτουργεί σωστά, τι λειτουργεί μειονεκτικά ή καθόλου και τι μπορείτε να κάνετε γι' αυτό γρήγορα.

Είναι μία ολοκληρωμένη διερεύνηση της εμπορικής δραστηριότητας, τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό περιβάλλον, ενσωματώνει αξίες, αρχές, στόχους, στρατηγικές, προτείνει Διορθωτικές Ενέργειες και Σχέδια Δράσης για την επίτευξη των στόχων και περιλαμβάνει πέντε επιμέρους ενότητες.

1. Έλεγχος Πωλήσεων (Sales Audit)

Διερευνά, αξιολογεί και ερμηνεύει το επιχειρηματικό περιβάλλον, τη λειτουργία των πωλήσεων, τους στόχους, τις στρατηγικές, τις αρχές και το βαθμό της Διοικητικής και Διαχειριστικής αποτελεσματικότητας.

➤ **Προτείνει Σχέδιο Δράσης για τη βελτίωση της απόδοσης των πωλήσεων.**

2. Έλεγχος Διανομών (Distribution Channel Audit)

Διερευνά, αποτυπώνει και αξιολογεί την αποτελεσματικότητα των καναλιών διανομής και την τοποθέτηση των προϊόντων στην αγορά/πελάτες.

➤ **Προσδιορίζει ευκαιρίες για τη μείωση του κόστους, τον εξορθολογισμό των λειτουργιών, την προσέγγιση νέων ή ευρύτερων αγορών και την αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας.**

3. Έλεγχος Πιστώσεων (Credit Control Audit)

Διερευνά και αξιολογεί τα επίπεδα πιστώσεων και τις αποκλίσεις από την πιστωτική πολιτική.

➤ **Προτείνει Διορθωτικές Ενέργειες που αναπτύσσουν μία περισσότερο εστιασμένη στρατηγική εισπράξεων, μειώνοντας κόστη, εξοικονομώντας χρόνο και πόρους και μεγιστοποιώντας τα οφέλη.**

4. Έλεγχος Υποστήριξης Πωλήσεων (After Sales Audit)

Διερευνά και αξιολογεί το ρόλο, το επίπεδο των υπηρεσιών και τις επιτεύξεις των ομάδων Υποστήριξης Πωλήσεων.

➤ **Προτείνει Διορθωτικές Ενέργειες που ανατακλούν την ποιότητα των υπηρεσιών, διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό και συνεισφέρουν στην επίτευξη των στόχων.**

5. Έλεγχος Νοημοσύνης Μάρκετινγκ (Marketing Intelligence Audit)

Προβαίνει σε οικονομετρικές αναλύσεις των χαρτοφυλακίων προϊόντων & υπηρεσιών και αξιολογεί τη συμβατότητα των προσφορών με τα αποτελέσματα και την ανταπόδοση ROMI (Return on Marketing Investment).

- **Προτείνει Σχέδια Δράσης για τη μεγιστοποίηση του οφέλους από τις Ενέργειες Μάρκετινγκ και την ανάπτυξη συγκριτικού πλεονεκτήματος.**

Η Υπηρεσία διατίθενται συνολικά για τις 5 ενότητες, με εξαίρεση τις επιχειρήσεις αυτές των οποίων τα προβλήματα απαιτούν μια διαφορετική προτεραιοποίηση.

Με τη μεθοδολογία αυτή πετυχαίνουμε:

A. Λειτουργικά

1. Ανάλυση της εμπορικής διάρθρωσης, λειτουργίας, αποδοτικότητας και ανταποδοτικότητας προς την εταιρεία.
2. Έλεγχο των επιπέδων ευθύνης & λογοδοσίας σε όλο το φάσμα.
3. Διερεύνηση δεξιοτήτων και ικανοτήτων των συμμετεχόντων.
4. Έλεγχο βαθμού αποδοτικότητας της κάθε ομάδας ξεχωριστά και συνολικά.

B. Στρατηγικά

1. Ευθυγράμμιση πωλήσεων και μάρκετινγκ με τις εταιρικές απαιτήσεις και προσδοκίες.
2. Σύγκλιση των δεξιοτήτων με τις ευκαιρίες για την ανάπτυξη ξεκάθαρα ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
3. Μετατόπιση στρατηγικής από τη διαχείριση προϊόντων στη διαχείριση πελατών.
4. Αναθεώρηση του μάρκετινγκ DNA για τη συν-δημιουργία εμπειριών και την καλλιέργεια μακροχρόνιων σχέσεων με την πελατειακή βάση.

Οφέλη για την Εταιρεία

Η εταιρεία κατανοεί τη λειτουργία του εμπορικού και τις τυχόν παθογένειες, αντιλαμβάνεται την ανταπόκριση των πελατών και την ανάλυση κόστους ανά πελάτη και κανάλι διανομής και αξιολογεί την αποτελεσματικότητα των στελεχών/συνεργατών, προσδιορίζοντας παράλληλα και το βαθμό συνεισφοράς τους στο εταιρικό αποτέλεσμα.

Η εταιρεία παραλαμβάνει ολοκληρωμένη αναφορά προτεινόμενων Διορθωτικών Ενεργειών και Σχεδίων Δράσης, που ενισχύουν τη δυναμική του εμπορικού, βελτιώνουν τη λειτουργικότητα και την αποτελεσματικότητα του ανθρώπινου δυναμικού, αναβαθμίζουν τον πελατειακό προσανατολισμό και δημιουργούν τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη ξεκάθαρα ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Παραδοτέα

- Εγχειρίδιο αναλυτικών Αποτελεσμάτων των Ελέγχων
 - ο Πωλήσεων
 - ο Διανομών
 - ο Πιστώσεων
 - ο Υποστήριξης
 - ο Μάρκετινγκ
- Προτεινόμενες Διορθωτικές Ενέργειες και Σχέδια Δράσης
 - ο Βελτίωσης λειτουργιών
 - ο Αναβάθμισης επιδόσεων & μείωσης κόστους
 - ο Προσέγγισης νέων/ευρύτερων αγορών
 - ο Αξιοποίησης οικονομιών κλίμακας
 - ο Διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό
 - ο Μεγιστοποίησης οφέλους από τις ενέργειες μάρκετινγκ
 - ο Ανταποδοτικής είσπραξης από την εταιρική προσφορά
 - ο Δημιουργία προστιθέμενης αξίας στους μετόχους

Χρονική Διάρκεια

- 9 – 10 εβδομάδες

Ένα τμήμα των προαναφερομένων μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω της **Εκπαιδευτικής Ακαδημίας** που η εφαρμογή τους επιδοτείται από το λογαριασμό για την Επαγγελματική Κατάρτιση ΛΑΕΚ 0,24%.