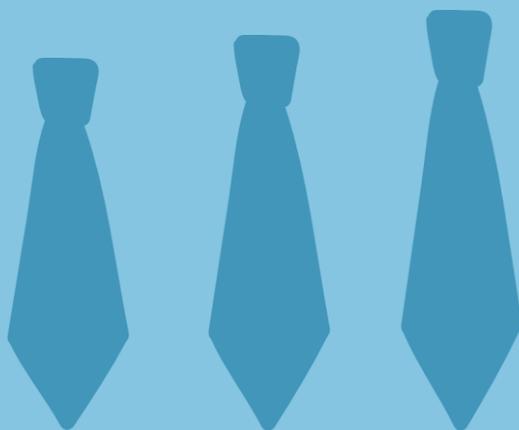


ВНЕДРЕНИЕ ОБЛАЧНОЙ СИСТЕМЫ ABM DIGITAL DISTRIBUTION

Кейс «Эффективный путь к выздоровлению:
как мы внедряли ABM Digital Distribution в
компании Fado»



«МЫ БЫЛИ СЛЕПЫ КАК КОТЯТА», - УТВЕРЖДАЕТ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ ДАВИД ДОЛГАНОВ.

Слепы как котята. Торговые агенты делали что хотели, как хотели и когда.

Компания «Fado» – ведущий производитель инженерной сантехники для которого грамотно построенная система дистрибуции – это залог успеха и ключ к развитию.

Проблема заключалась в том, что супервайзеры и менеджмент компании не могли контролировать своих торговых агентов. «У нас не было инструмента, который позволял бы отслеживать маршруты агентов, анализировать их работу в точке и на основе данных вносить корректировки в собственную стратегию», - утверждает генеральный директор компании Давид Долганов.

МЫ ХОТИМ ПРЕВРАТИТЬ АГЕНТА В «ПОРТАТИВНЫЙ ОФИС».

Также топ-менеджмент хотел автоматизировать бизнес-процессы и навсегда забыть о потерянных документах в вайбере, недослышанных задачах по телефону и предоставить возможность торговому агенту мгновенно получать всю информацию о клиенте, остатках, быстро согласовать свои действия с супервайзерами и сконцентрировать свою деятельность на продаже фокусных товаров.

Как мы лечили слепоту, а после учили агентов «правильно» ходить?

Проект, который позволил компании Fado превратить свою дистрибуцию в эффективную автоматизированную «машину» состоял из 3 этапов:

1. Все торговые представители были обеспечены планшетами и прошли обучение по использованию **программы ABM Digital Distribution**. Таким образом, мы смогли автоматизировать их работу и фактически сразу получить первые результаты. НО, мы не получили максимально ожидаемый эффект и поэтому мы перешли ко второму этапу проекта «Аудит существующей системы дистрибуции».
2. На данном этапе мы вместе с менеджерами проекта и генеральным директором компании Fado провели аудит и выяснили, что проблема заключается в **маршрутах торговых агентов**, в связи с чем на сентябрь 2017 года был запланирован проект по перемаршрутизации.
3. **Перемаршрутизация**. За идеологию была взята модель определения частоты посещения, когда все торговые точки наносятся на шкалу в разрезе по одной оси прибыльность торговой точки, по другой потенциал торговой точки (рис.1). Каждая торговая точка попадает в одну из 5 групп:



Рис.1. Матрица для определения частоты посещения

I – «Звезды» (самые яркие и желаемые) – точки, приносящие наибольшую прибыль и при этом имеющие высокий потенциал продаж – самые важные.

II – «Дойные коровы» (сильные и не претендующие на большее) – точки, приносящие наибольшую прибыль, но имеющие низкий потенциал продаж – важно сохранить прибыль

III – «Трудные дети» (пока маленькие и слабые, но они еще вырастут) - точки, пока приносящие небольшую прибыль, но имеющие высокий потенциал продаж – важно «вырастить» из трудного ребенка звезду

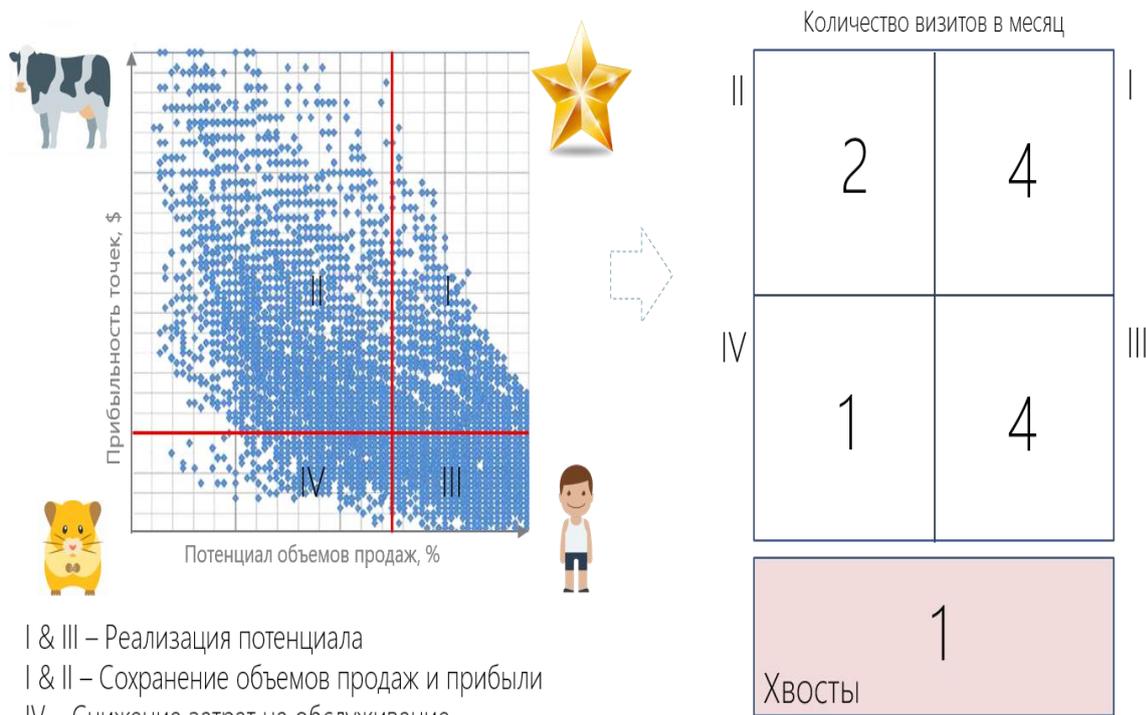
IV – «Хомячки» (маленькие, уже не вырастут) – точки, которые приносят небольшую прибыль и имеют малый потенциал продаж – цель сократить затраты и вырастить прибыль

V – «Хвосты» – точки, которые имеют отрицательную прибыльность – работать над сокращением затрат, вплоть до прекращения сотрудничества

Далее было важно определить метод вычисления потенциала торговой точки, в то время, как информация по прибыльности предоставлялась со стороны клиента из учетной системы.

Для решения этой проблемы мы обратились к клиенту и вместе с ним создали перечень критериев, по которым будем считать потенциал торговой точки. Используя данные критерии, мы создали анкеты, которые позже загрузили в программу ABM Digital Distribution и попросили торговых представителей заполнить ее.

Далее были высчитаны медианы и потенциал каждой торговой точки и в зависимости от того, куда она попадала было определено количество визитов (рис.2).



- I & III – Реализация потенциала
- I & II – Сохранение объемов продаж и прибыли
- IV – Снижение затрат на обслуживание
- Tail – Сокращение убытков

Рисунок 2. Количество визитов в зависимости от прибыльности и потенциала

«Мы довольны результатами внедрения и самое главное достигли поставленных целей. На данный момент программа позволяет в режиме онлайн отслеживать перемещения торговых представителей, удобно и быстро обмениваться фотографиями из торговой точки, отображает финансовые показатели. Очень удобно ставить задачи торговым агентам непосредственно в приложение, а также впечатляет искусственный интеллект, который уже сегодня мы применяем в нашей компании». – комментарий Давида Долганова, генерального директора компании Fado

РЕЗУЛЬТАТЫ ЛЕЧЕНИЯ

110% увеличился показатель Strike Rate;

31% увеличилась клиентская база;

20% уменьшилось количество торговых представителей;

19% вырос средний чек.

ЗАПРОСИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ

Контакты

Россия +7 (495) 204 15 09
Казахстан +7 (727) 350 76 33
Украина +380 (44) 207 39 55
Эстония +372 884 00 64

www.ddapp.biz
www.abmcloud.com
sales@abmcloud.com