



Witamina w **PIATNICY**



CASE STUDY

Klient

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska (OSM) w Piątnicy to ceniony producent nabrała, którego siedziba znajduje się w ekologicznie czystym regionie nad Narwią.

Od lat nieprzerwanie i skutecznie buduje coraz silniejszą pozycję na rynku, a produkty Piątnicy zna w zasadzie każdy konsument.



Sytuacja Piątnicy

przed wdrożeniem emigo

Przed wdrożeniem systemu EMIGO praca zespołu sprzedaży tradycyjnej w OSM Piątnica oparta była **na danych o transakcjach do klientów w kanale (sell-In)**. Główne źródło informacji o sprzedaży pochodziło z **zamówień, dokumentów sprzedaży/zakupu (IMPULS - ERP), bazy o klientach (CRM), danych o akcjach promocyjnych (TPM)**.

Zadania i cele, zarówno te krótko, jak i długoterminowe, opierały się głównie na danych historycznych, korygowanych o wskaźniki dynamiki i sezonowość sprzedaży. Określane były wartościowo, a rozliczane były na podstawie wykonanych zakupów dystrybutorów hurtowych w ramach grup klientów i rejonów sprzedaży. **Brakowało wiedzy o tym, jak ma się to do możliwości odsprzedażowych klienta, regionu**

czy struktury aktualnej mapy sieci detalicznych.

”

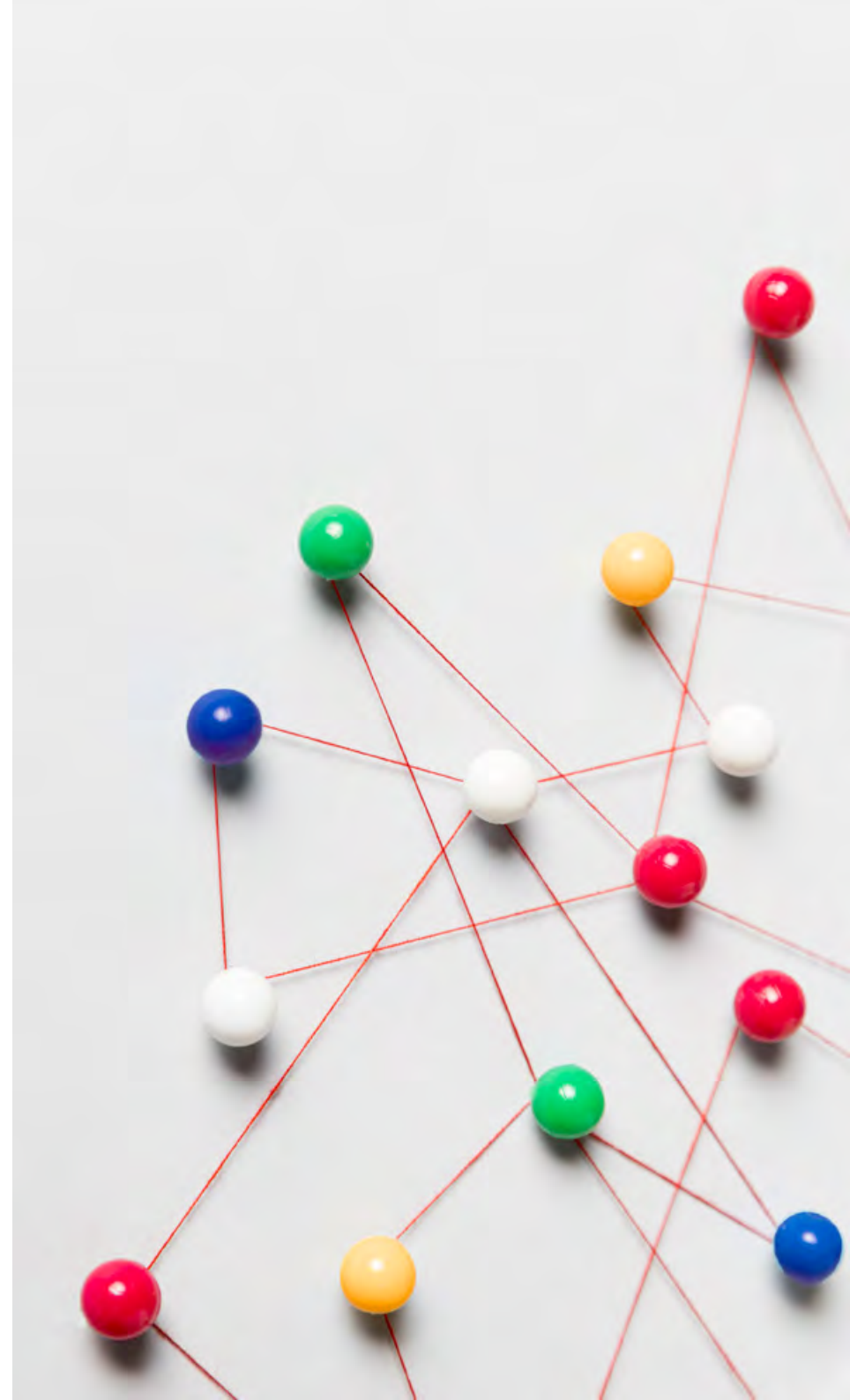
„Brak dostępu do dynamicznej informacji o stanie
odsprzedaży od naszych klientów w rynek, zmianach wolumenu,
poziomu dystrybucji czy numeryki w ramach sieci detalicznych,
nie pozwalał skutecznie planować i zarządzać rejonami
/zespołami np. KAM czy PH.”

DARIUSZ TRUCHEL

Kierownik Zespołu Sprzedaży,
Handel Tradycyjny



- **Opracowanie długoterminowych planów czy strategii** dla regionów lub grup klientów również było utrudnione, podobnie, jak dla kategorii czy grup produktów, stosownie do potencjału rynków lokalnych (i tym samym w całym kraju). **Brak było też możliwości dywersyfikacji zadań** z uwzględnieniem istniejących różnic w potencjałach poszczególnych rynków.
- **Zamówienia klientów**, choć monitorowane, nie były skutecznie weryfikowane pod kątem np. stanu zapasów w relacji do planowanych aktywności promocyjnych.
- **Brak odpowiedniego narzędzia cyfrowego pozwalającego na automatyzację działań sprzedażowych (SFA)** utrudniał prowadzenie rozmów nie tylko z klientami, ale również wewnątrz organizacji np. z działami marketingu czy handlu.



Najważniejsze problemy i potrzeby

Piątnicy w ramach zespołu i kanału

- 01 Brak realnej oceny sytuacji na rynku małych sklepów detalicznych i możliwości szukania potencjału sprzedaży w handlu tradycyjnym w Polsce.
- 02 Brak realnej oceny efektywności pracy zespołu w ramach tego kanału sprzedaży czy samych klientów w ramach rejonów i grup klientów.
- 03 Brak możliwości pracy zespołu na celach jakościowych i ich różnicowania.
- 04 Niedośzacowanie lub przeszacowanie możliwości sprzedażowych i planowanych w związku z tym zadań.
- 05 Nieefektywne wydawanie środków na wsparcie sprzedaży, relokacji sił i kwot.
- 06 Demotywacja osób w zespole sprzedaży, związana z brakami wyników nie wynikającymi z ich złej pracy, powodująca zwiększoną rotację pracowników czy wypalenie zawodowe.
- 07 Potrzeba merytorycznego, opartego na faktach, a nie domysłach, wsparcia zespołu.
- 08 Potrzeba weryfikacji innych źródeł danych o sytuacji czy dystrybucji w kanale, np. Nielsen, YouGov, CMR.
- 09 Potrzeba kontroli jakości i ilości pracy poprzez raportowanie pracy, nieobecności i kosztów.

Analiza potrzeb i oczekiwań sprawiła, że Piątnica jako pierwsza spółdzielnia mleczarska na Polsce rozpoczęła proces poszukiwania rozwiązania, które umożliwiłoby lepszą realizację tych potrzeb.

”

„Mimo że ofert SFA na rynku jest wiele, szybko okazało się że zespół sprzedaży OSM Piątnica ma indywidualne i odmienne od schematów potrzeby. M.in. moduł sprzedażowy SFA został zminimalizowany, ważniejsza jest analityka danych z różnych źródeł i prezentacja dynamiczna wyników. **Oferta SAGRA okazała się bardziej elastyczna, w tym kluczowy był czas realizacji zmian.** Nie bez znaczenia był także dostęp do WINPOINT - bazy klientów detalicznych FMCG, którą współtworzą wszyscy użytkownicy (również nasi konkurenci). Baza ta jednak, jak się później okazało, również wymagała weryfikacji i zmian.

Na etapie oceny zasadności decyzji o wyborze oferty SAGRA, mogliśmy skorzystać z uprzejmości i doświadczeń, wieloletniego użytkownika tego systemu – firmy spoza branży nabiałowej, istotnego podmiotu na rynku FMCG. Firmy o rozbudowanej strukturze handlowców i sprzedawców pracujących od lat na rozwiązaniach firmy SAGRA, której doświadczenia dały nam wiedzę o istotnym znaczeniu.

Mimo zaangażowania i doświadczenia ze strony firmy SAGRA, wdrożenie jej systemu nie było łatwe. Jednak gotowość operatora do pilotażowego wdrożenia nastąpiła w zasadzie po 2 miesiącach. Przy dużej skali naszego biznesu i konieczności domknięcia kontraktu pod kątem kosztów i warunków transferu danych, był to proces który wymagał czasu i cierpliwości. Piątnicy zajęło to ok. 12 miesięcy.”

DARIUSZ TRUCHEL Kierownik Zespołu Sprzedaży, Handel Tradycyjny

Wdrożone rozwiązania

„System SFA daje nam teraz dostęp do bardzo szerokiej wiedzy na temat ilości i jakości pracy z klientem, skuteczności podejmowanych działań, możliwości oceny i kontroli zespołu przez firmę i osoby zarządzające. Możliwość prowadzenia dyskusji o faktach i statystykach działa też prewencyjnie na zachowania w zespole – oszczędza czas.”

Dariusz Truchel, Kierownik Zespołu Sprzedaży, Handel Tradycyjny



System Emigo (Sales Force Automation – SFA): System Emigo jest platformą, która automatyzuje codzienne działania, organizuje i zarządza pracą ludzi oraz porządkuje relacje z klientami. W kontekście Piątnicy system ten miał za zadanie wspierać kontrolę pokrycia produktów w sklepach detalicznych, inwentaryzację, analizę danych i kontrolę historii współpracy z klientami. Emigo integruje się z dystrybutorami i pomaga planować, działać oraz analizować.





Integracja Danych Sprzedażowych: To rozwiązanie automatycznie integruje dane pochodzące od partnerów handlowych Piątnicy (dystrybutorów, sieci handlowych), dotyczące sprzedaży produktów. Integracja danych sprzedażowych była priorytetem wdrożenia, ponieważ umożliwia dostęp do pełnej analityki i pozwala zidentyfikować, co blokuje sprzedaż oraz gdzie są realne szanse na jej zwiększenie.



Baza Winpoint (Baza Danych Punktów Handlowych): Zawsze aktualna i zweryfikowana baza danych punktów handlowych Winpoint to element platformy Emigo. W kontekście Piątnicy, Winpoint stanowił fundament do porządkowania relacji z klientami i nadzorowania działań sprzedażowych.



Biqsens: Biqsens to platforma analityczna, która przypadku Piątnicy była kluczowa do optymalizacji procesów sprzedaży i wnikliwej, szybkiej analizy istotnych danych. Raporty Biqsens dzięki przejrzystym wizualizacjom pozwalają analizować pochodzące z różnych źródeł dane obejmujące wszystkie obszary działalności.



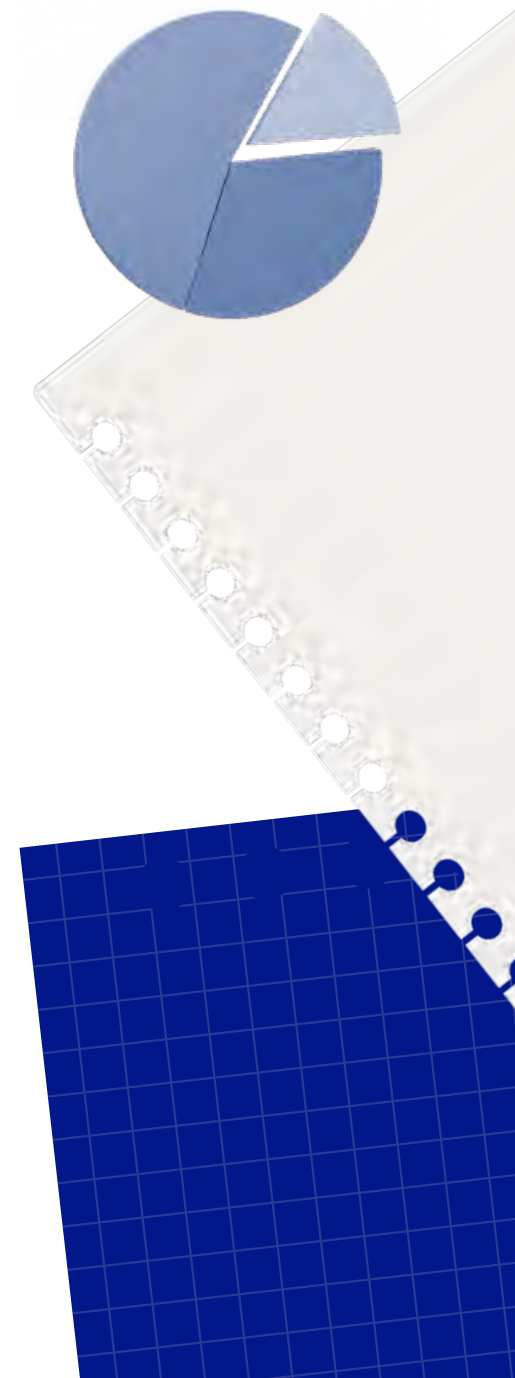
Usługa Identyfikacji Sprzedaży: Dzięki integracji danych od dystrybutorów, UIS daje możliwość poznania pełnego obrazu sprzedaży. Jej najważniejszą zaletą jest to, że dostarcza informacji również o zamówieniach złożonych przez sklepy bezpośrednio u dystrybutora.



Integra: Czyli integracja Emigo z systemami ERP dystrybutorów, która pozwala na automatyczny transfer danych między nimi. Dzięki Integrze przedstawiciele mają m.in. stały dostęp do informacji o stanach w poszczególnych magazynach.



Emigo Data Tools: EDT to dodatek (add-in) do Excela, który pozwala na import i eksport danych pomiędzy Emigo, a arkuszami kalkulacyjnymi. Pozwala na szybkie wykonywanie masowych operacji na dużych zbiorach danych zaciągniętych z Emigo i ponowny ich transfer do systemu.



Efekty wdrożenia

- **Integracja danych** dała możliwość bieżącego i dynamicznego analizowania danych sell-out, co było wcześniej problematyczne z powodu dostępności danych z opóźnieniem (wraz z upływem miesiąca lub kwartału).
- **Zarządzanie pracą zespołu handlowego**, planowanie zadań, raportowanie i ewidencja pracy jest teraz możliwe w ramach jednego, spójnego systemu.
- To samo dotyczy historii współpracy z klientami, **ewidencjonowania wszelkich działań**, w tym obsługi zwrotów i reklamacji w Emigo pozwala na rejestrowanie wszystkich danych i informacji operacyjnych w jednym systemie.
- Emigo zmieniło **pracę Zespołu Sprzedaży**, pomagając zweryfikować strategię i realizację celów oraz poprawiając jakość rozmów z dystrybutorami.
- Dzięki dostępowi do danych, Piątnica **widzi i może szukać potencjału na rynku detalicznym**, a działania stają się bardziej zindywidualizowane.





„Oprócz wielu wyzwań w opanowaniu poruszania się w systemie, wielości jego funkcji zarówno po stronie użytkowników, jak i administratora czy moderatora, zawsze prędzej czy później pojawiają się potrzeby zmian w funkcjonalnościach.

Należy też liczyć się ze swego rodzaju oporem ze strony pracowników. W przypadku Piątnicy pion handlowy to osoby o długoletnim stażu pracy, dużej wiedzy, lojalności ale też i odpowiedzialności za skalę biznesu tworzoną przez nich samych przez lata. Każdy obawia się zmian, co dotyczy zarówno szeregowych pracowników jak i menadżerów. Zmianę jednak dało się przeprowadzić z uwzględnieniem interesów zespołu, ale warunkiem była otwarta debata oraz pokazanie zasadności zmian i korzyści z wdrożenia systemu. Dziś gdybyśmy zapytali samych zainteresowanych, nie wydaje się, by ktokolwiek chciał wracać do czasu pisania ręcznych raportów pracy, bez braku dostępu do dynamicznych danych odsprzedażowych w zakresie, jaki system EMIGO daje nam dziś.

Po niespełna roku od wdrożenia trudno jest jednoznacznie określić w jaki sposób wymiennie EMIGO przełożyło się na wyniki czy pracę zespołu handlowego. Jednak wyniki sprzedażowe naszych parterów biznesowych na asortymencie Piątnicy w kanale tradycyjnym, jak również wyniki naszego zespołu dedykowanego dla tego kanału dystrybucji są znacznie wyższe niż średnia w branży mleczarskiej. Mimo negatywnej dynamiki zmian i faktycznego spadku liczby placówek detalicznych na mapie Polski. Nasza sprzedaż do handlu tradycyjnego nadal rośnie, mimo ogromnej presji ze strony pozostałych kanałów dystrybucji. Te wskaźniki pozwalają przypuszczać ze dzięki EMIGO i głębokiej wiedzy o dystrybucji możemy nadal się rozwijać, mimo że skala biznesu jest ogromna a rynek ma swoje ograniczenia.”

DARIUSZ TRUCHEL Kierownik Zespołu Sprzedaży, Handel Tradycyjny



Jeśli masz **pytania**

i chcesz dowiedzieć się więcej,
odezwij się do nas. Z przyjemnością
na nie odpowiemy!

marketing@sagra.pl



DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ