

## **Оптимизация рабочего времени торговых представителей**

Торговый маркетинг (Trade Marketing) – комплекс мер, направленный на возрастание производительности взаимодействия с участниками маркетингового канала (дистрибуторской цепочки) от изготовителя до клиента продукции. Торговый маркетинг рассматривает рынок как полигон, как вероятность реализовать имеющийся товар, «протолкнуть его покупателю», сделать товар, службу больше доступными клиенту, донести информацию о предложении компании особенно доступным для всех игроков маркетингового канала образом.

Согласно данным аналитических агентств, за последний год особенно сильно увеличилась доля иностранных компаний, занимающихся дистрибуцией на белорусском рынке. Так, их доля в снековом бизнесе за последние годы выросла до 20%. При таком раскладе сил отечественный продавец зачастую оказывается не в самом выгодном положении; причина тому – вовсе не качество продаваемых товаров (которое не уступает зарубежному), а эффективность работы.

Одно из преимуществ любого игрока на рынке – оперативность. Скорость и мобильность достигаются за счет автоматизации бизнес-процессов. Это как раз сильная сторона западных компаний – процессы автоматизации начали внедряться на Западе гораздо раньше [1]

Таким образом, ужесточение конкуренции с западными компаниями, пришедшими на рынок, заставляет многие компании серьезно задумываться о комплексной автоматизации предприятия.

Как показывает практика, любая автоматизация эффективна только тогда, когда в ее основу положена правильная технология, проверенная в реальном бизнесе, и когда эта технология может оперативно меняться в соответствии с требованиями бизнеса.

Система автоматизации «ST–мобильная торговля» уникальна как раз тем, что она создана на основе реального торгового бизнеса и до сих пор постоянно проверяется и развивается на рабочем «полигоне» – торговом проекте группы компаний «Системные Технологии».

Независимо от того, собираетесь ли компания оптимизировать бизнес-процессы прямой доставки, сбора предварительных заказов или обеспечить удобный и эффективный сбор маркетинговой информации для мерчандайзинга, решения компании «Системные Технологии» будут способствовать осуществлению каждого вашего шага.

«ST–Мобильная торговля» – это уникальный комплекс, объединяющий в единое целое данные бухгалтерского, оперативного, складского и статистического учетов с информацией на карманных переносных компьютерах (КПК) торговых агентов.

Программно-аппаратный комплекс автоматизации систем мобильной торговли представляет собой программный пакет, который состоит из двух частей:

1. Серверной части, устанавливаемой на рабочую станцию в офисе и обеспечивающей подготовку, обработку, анализ и обмен данными между корпоративной учетной системой предприятия и КПК торгового представителя.

2. Мобильной части «ST–Мобильная торговля», – которая устанавливается на КПК и автоматизирует работу выездного агента или торгового представителя.

Автоматизированная система мобильной торговли позволяет производственным компаниям:

- Увеличить объемы реализации продукции на 30-90%, в каждой компании по-разному, в зависимости от того какие бизнес-процессы автоматизированы.
- Принципиально поднять производственную дисциплину, посредством усиления контроля над деятельностью торгового представителя.
- Реализовать более гибкие и эффективные мотивационные схемы персонала за счет детальной информации по деятельности каждого торгового представителя.
- Эффективно контролировать и резко снизить дистрибьюторскую задолженность.
- Резко снизить временные затраты на формирование регламентированной документации, ввод данных, обслуживание клиентов, обработку информации.
- Оперативно получать достоверную маркетинговую информацию о динамике продаж своих товаров и товаров конкурентов.
- Жестко контролировать розничные цены.
- Существенно снизить транспортные расходы.
- Быстро продвигать новые торговые марки.

При этом расчеты с учетом сложных скидок, а в конкретных случаях и индивидуальных договорных условий, производятся автоматически и лишь контролируются агентом. Все необходимые документы могут быть распечатаны на месте при помощи принтера:

- накладная на отгрузку,
- счет-фактура,
- приходный кассовый ордер формируются на месте с использованием загруженной в карманные компьютеры информации. Таким образом, изготовление бумажных форм занимает не более минуты [2].

Система организована таким образом, чтобы исключить возможность допущения ошибок торговыми агентами при внесении данных. К тому же, корректность введенных в карманный компьютер данных, фактически, проверяет покупатель на основании предъявленных ему печатных форм. В случае если акт продажи не состоялся, торговый агент отмечает в своем компьютере причину неудачи, что позволяет ему перейти к следующей торговой точке. Возможен вариант, когда торговому представителю даны права не придерживаться определенного маршрута или определенной последовательности посещения торговых объектов. Предоставление различных прав торговому представителю находится на усмотрение супервайзера, который знает каждого агента и четко представляет себе какие права ему можно доверить.

Как пример, в некоторых компаниях после внедрения данного решения уже за время доставки за 6 часов на маршруте торговый агент посетил 35 точек, полностью и детально оформляя все необходимые документы в каждой из них. Таким образом, торговый агент получает удобный инструмент для более эффективной работы, а менеджер офиса – контроль, над всеми его перемещениями, целевым использованием рабочего времени и автотранспорта.

Важным элементом планирования является составление уже упоминавшейся заявки торгового агента. Заполнение этой формы сделано максимально удобным для пользователя. При выгрузке информации с КПК, все данные о продажах и оформленных на маршруте документах мгновенно переносятся в корпоративную учетную

систему предприятия. На их основании формируются документы центральной базы предприятия [3].

Что приобретают благодаря установке системы собственник предприятия, генеральный директор, менеджер проекта или ваши клиенты?

Собственник / Генеральный директор:

- значительное увеличение объемов реализации;
- существенное сокращение издержек;
- оперативный доступ к информации;
- резкое снижение дебиторской задолженности;
- планирование и прогнозирование деятельности;
- оптимальное взаимодействие между всеми участниками процесса доставки;
- инструмент быстрого внедрения на рынок новых марок;
- эффективный мерчандайзинг;
- информационную безопасность;
- высокотехнологичный бизнес-процесс;
- контроль:
  - изменения объемов продаж,
  - положения на рынке,
  - рабочего времени и деятельности персонала,
  - задолженности покупателей;
- качество обслуживания;
- гибкое ценообразование;
- менеджмент взаимоотношений с клиентами (CRM);
- лояльность потребителей.

Менеджер/супервайзер: контроль:

- изменения объемов продаж,
- положения на рынке,
- рабочего времени персонала,
- задолженности покупателей,
- планирования и прогнозирования объемов продаж,
- реализации систем мотивации на основе достоверных данных по персоналу.

Торговый агент:

- радикальное увеличение производительности,
- автоматическое формирование всех бумажных документов,
- автоматическое проведение сложных расчетов,
- устранение ошибок на маршруте,
- четкий график посещения клиентов,
- высокую мотивацию труда,
- контроль кассы и товарных остатков в автомобиле агента,
- сбор данных по предварительному заказу (ST – Предзаказ).

Учет:

- высокую производительность,
- отсутствие ручного ввода данных в учетную базу,
- гибкий обмен данных между частями системы в режиме реального времени,
- устранение ошибок ввода,
- актуализацию отчетности за счет резкого ускорения внесения данных в учетную базу.

Склад: эффективное управление товаропотоками в разрезе аналитики:

- статуса принадлежности предприятию и собственников товара (собственный/несобственный/комиссионный, кому именно принадлежит),
- качественного статуса (годный/брак),
- даты поступления на склад,
- номера импортной ГТД,
- сроков годности.

Ваши потребители:

- надежного поставщика;
- четкое выполнение заявок:
  - в нужном объеме,
  - точно в срок;
- сокращение издержек;
- индивидуальный подход:
  - гибкие формы оплаты,
  - индивидуальные скидки,
  - различные формы заявок;
- возможность сокращения количества поставщиков;
- качество обслуживания.

Таким образом, «ST–Мобильная торговля» является важным решением оптимизации продаж в работе торговых агентов, что позволит сократить время обработки заказа в торговой точке, увеличивая время на поиск новых клиентов либо работу с действующими.