

Trade Engine to wielopoziomowe innowacyjne narzędzie, które realnie przekłada się na wzrost sprzedaży i wszystkie ogniwa, które mają na to bezpośredni wpływ. To unikalny sposób tworzenia innowacyjnych narzędzi, które koncentrują się na tym, aby produkt danej firmy sprzedawał się stabilnie i długofalowo. To wyjście poza ramy tworzenia standardowych programów lojalnościowych i promocji sprzedaży. To niekończąca się inwestycja podjęta przez Peter Wild & Partners w narzędzia, nadająca słowu sprzedaż innego znaczenia.

Usprawnienie działań nakierowanych na wzrost sprzedaży za pomocą narzędzia Trade Engine przebiega w trzech etapach: Trade Engine Research, Trade Engine Tools i Trade Engine Filter. W ramach pierwszej fazy, rozbudowany, kilkudziesięciosobowy własny dział badawczy Mobile Researchers oraz Field Force Researchers wyspecjalizowany w prowadzeniu wywiadów badawczych w obszarze Trade Marketingu weryfikuje dokładnie sytuację produktu w hurtowniach i sklepach w obrębie całej Polski.

Sprawdzamy faktyczny stan produktu. Dowiadujemy się dlaczego konkretne hurtownie i sklepy faworyzują produkt konkurencji, co moglibyśmy zrobić, aby zmienić ten stan rzeczy oraz jakie są oczekiwania względem producenta w zakresie analizowanych przez niego obszarów współpracy.

Przed wszystkim wnikamy w umysły kierowników hurtowni, przedstawicieli hurtowni, kierowników sklepów i sprzedawców, aby odkryć ukryte motywatory decydujące, o tym czy hurtownia lub sklep będą kupowały i rekomendowały produkt naszego Klienta.

Prowadzimy wywiady z końcowymi użytkownikami produktu, analizujemy zaproponowane działania wspierające sprzedaż i programy w kanałach dystrybucji, budując w ten sposób obraz postrzegania marki. Ważny jest fakt, że badacze Peter Wild & Partners mają stały, dwustronny kontakt z dystrybutorami / hurtowniami i detalistami. Pozwala to na zacieśnienie relacji oraz stałe nadzorowanie wszelkich szczegółów związanych z pozycjonowaniem produktów w punktach sprzedaży oraz monitorowaniem stanu magazynowego.

W drugim etapie, na podstawie uzyskanych danych, opracowywana jest unikalna strategia i zestawienie najbardziej efektywnych, autorskich narzędzi, aktywnie działających na każde ogniwo sprzedażowe. Opracowaliśmy w ramach Trade Engine m.in. takie narzędzia jak Mobile Field Force lub Trade Group System.

Trzecia faza polega na weryfikacji i przefiltrowaniu podjętych dotychczas działań. Badacze ponownie przeprowadzają dogłębne wywiady w hurtowniach i sklepach, oceniając osiągnięte rezultaty i czynniki podlegające modyfikacji. Trade Engine swoją budową przypomina nowoczesne smartfony. Samo urządzenie zapewnia nieograniczone możliwości i służy do szeroko pojętego wzrostu sprzedaży. Natomiast prawdziwa innowacyjność polega na konsekwentnym tworzeniu skutecznych i potrzebnych „aplikacji”, których użycie umożliwi osiągnięcie wyznaczonego celu.

Dzięki takiemu modelowi, potężnym atutem Trade Engine jest również możliwość indywidualizowania zestawu narzędzi / aplikacji dopasowanych do specyfiki sprzedaży danego segmentu.

Utrzymanie takiego modelu wymaga konsekwentnej obserwacji rynku, odnajdywania nisz oraz kierunków mających potencjał i nieustannych prac inwestycyjnych nad wprowadzaniem kolejnych narzędzi i udoskonalaniem dotychczasowych.

Schemat zastosowania Trade Engine i innowacyjnych narzędzi wchodzących w jego skład w pełni nadzoruje oraz pobudza proces zatowarowania i sprzedaży produktu we wszelkich możliwych kanałach dystrybucji. Dodatkowo, dzięki specyfice narzędzia, tworzymy również nowe, skuteczne kanały dystrybucji. Przykładowo, zastosowanie jednego z narzędzi wchodzących w skład Trade Engine o nazwie Mobile Field Force bezpośrednio przekłada się na wyniki sprzedaży firmy. Odpowiednio przeszkolona kadra w imieniu naszego Klienta bezpośrednio generuje zamówienia na dany produkt z wyselekcjonowanej bazy sklepów i przekazuje je do właściwych dystrybutorów, po

czym kontroluje terminowość dostaw. Tym samym tworzymy nowy standard dystrybucji produktów.

Zespół wyspecjalizowanych w obsłudze danego segmentu dedykowanych konsultantów jest w stanie wygenerować zasięg do 3000 punktów na osobę miesięcznie.

Budujemy relacje z kierownikami sklepów i przedstawicielami hurtowni, zbieramy zamówienia oraz weryfikujemy ich realizację. Dodatkowo, na co dzień zbieramy informacje np. na temat kłopotów ze sprzedażą danego produktu w określonym regionie. To z kolei daje nam możliwość natychmiastowej reakcji np. poprzez zaplanowanie strategii pobudzenia danego regionu/punktu za pomocą dedykowanych promocji na określone produkty (również zestawy produktów jeśli należą one do jednego producenta).

Przedstawiciele handlowi nawet największych marek nie są w stanie dotrzeć do wszystkich sklepów i dystrybutorów, chociażby ze względu na efektywność kosztową przedsięwzięcia. Dzięki Trade Engine możliwe jest zatem znaczne zwiększenie skuteczności dotarcia do potencjalnych i aktualnych nabywców danego produktu, a wszystko to w przeliczeniu na jedną zaangażowaną osobę (koszt pracy przedstawiciela handlowego a koszt pracy specjalisty Mobile Field Force) pozwala na zmaksymalizowanie wyników sprzedaży, bez ponoszenia horrendalnych nakładów finansowych.

Weźmy przykładowo rynek FMCG. Większość producentów jest w stanie dotrzeć za pomocą własnych przedstawicieli handlowych do około 20 tys. sklepów (wliczając największe sieci sprzedażowe, na których zazwyczaj skupiają się handlowcy). Natomiast sklepów spożywczych w Polsce mamy znacznie powyżej 100 tys. To znaczy, że z 80% sklepów nie ma zbudowanej żadnej bezpośredniej relacji, ani kontroli nad tym co sklep zamawia, rekomenduje i eksponuje.

Na tym przykładzie jasno widać, że największą siłą Trade Engine jest budowa stałych, międzyludzkich relacji i więzi między dedykowanym konsultantem a pracownikiem hurtowni lub sklepu w każdym miejscu Polski. Dzięki stałym kontaktom z końcowymi sprzedawcami, w skład których wchodzi nawet najmniejsze sklepy, dystrybutorzy mają zagwarantowany zbyt zamówionych produktów. W skład wykorzystywanych narzędzi wchodzi np. specjalne promocje sprzedażowe lub programy lojalnościowe. Dzięki autorskiemu systemowi CRM Sales System specjaliści Peter Wild & Partners koordynują również kwestie związane z zamówieniami składanymi zarówno przez hurtowników, jak i detalistów. Management Klienta ma możliwość sprawdzania na bieżąco stanów zatowarowania obu najważniejszych ogniw generujących wysokość sprzedaży.

W punktach, do których dotąd nikt nie docierał, generujemy sprzedaż i utrzymujemy stałe relacje z kierownikami, każdego miesiąca pozyskując w ten sposób tysiące nowych zamówień. Ważny jest fakt, iż Trade Engine nie ingeruje w dotychczasową strukturę sprzedaży Klienta i stanowi swojego rodzaju „TOP ON” dla dotychczasowej kadry. Jest wsparciem dla Dyrektorów Handlowych i Regionalnych Kierowników Sprzedaży w ich realizacji bieżących targetów.

W ramach optymalizacji procesu sprzedaży produktów naszych Klientów, narzędzie Trade Engine wyposażone jest w zespół własnego Field Force na terenie całej Polski. Starannie dobrani specjaliści wspierają Mobile Field Force w terenie. Zajmują się tymi zagadnieniami, które ciężko jest obsłużyć i wspomóc za pomocą kontaktów telefonicznych. Interwenują oni tam gdzie wymagane są negocjacje lub konieczny jest bezpośredni pierwszy kontakt z właścicielem/kierownikiem danego punktu.

W hurtowniach, gdzie często realizujemy strategię osobistej prezentacji i wprowadzenia narzędzia Trade Engine, wsparcie PW&P Field Force jest nieocenione.

Innym innowacyjnym elementem Trade Engine jest utworzenie dedykowanego hurtowniom systemu aukcyjnego o nazwie Sales Group System. Dotychczas powstałe systemy grupowych zakupów jak np. Groupon.pl obsługują wyłącznie zakupy pojedyncze i finalnych dostawców. W celu zapewnienia dotarcia do wszelkich możliwych dystrybutorów oraz zagwarantowania producentowi stałych zakupów z największej liczby hurtowni, wprowadziliśmy platformę, dzięki której dystrybutorzy grupowo mogą zamawiać produkty na jeszcze lepszych warunkach. Widzimy w tym elemencie Trade Engine duży potencjał oraz potężną lukę na rynku. Dołączenie platformy Sales Group System do narzędzi

znajdujących się w składzie Trade Engine uzupełniło dotychczasowy brak bezpośredniego wpływu na częstotliwość, czas i wielkość zatowarowania hurtowni.

Za procesem tworzenia Trade Engine stoją wybitni ludzie będący specjalistami w wielu dziedzinach. W jednym miejscu łączymy wiedzę z zakresu sprzedaży, marketingu, psychologii, programowania i nowoczesnych technologii. Dzięki temu powstają w Peter Wild & Partners tak oryginalne i skuteczne narzędzia.

Przykładowy schemat działania Trade Engine prezentujemy w oddzielnym dokumencie.

Trade Engine nie posiada bezpośredniej konkurencji, ponieważ inne firmy proponują wyłącznie wycinek autorskiego rozwiązania jakim jest Trade Engine. Wiele firm posiada np. Call Center, ale wykorzystywane jest ono zazwyczaj do celów telemarketingowych, a nie do bezpośredniego wsparcia sprzedaży. Ponadto, schemat naszego działania jest zupełnie inny. Większość firm poszukuje rozwiązania dopiero wtedy, kiedy otrzyma brief od Klienta. My obserwujemy rynek, rozwijamy nowe narzędzia w obszarze Trade Engine i wchodzimy do firm przez tzw. „okno”. Nasze rozwiązanie pomaga mniejszym nakładem kosztów, zwiększyć w widoczny sposób nacisk na hurtownie/sklepy/pracowników, aby produkt był zamawiany, lepiej pozycjonowany i rekomendowany klientom końcowym przez sprzedawców. Z tego względu Trade Engine fizycznie wpływa na wzrost sprzedaży produktów i usług Klienta.

Duże marki, za pośrednictwem przedstawicieli handlowych, docierają ze swoimi produktami z sektora FMCG do ok. 20% największych dystrybutorów/sklepów. Dzięki Trade Engine możliwe jest dotarcie do ogromnego obszaru pozostałych podmiotów, do których, ze względu na ograniczenia ekonomiczne, kadrowe i czasowe, handlowcy nie docierają bezpośrednio lub z bardzo niską częstotliwością. W konsekwencji pozwala to na zmaksymalizowanie wyniku sprzedażowego i rozwój dotąd zaniedbanych punktów.

Zawsze istnieje możliwość zwiększenia efektywności Trade Engine, dlatego na bieżąco prowadzona jest weryfikacja podjętych działań, dla osiągnięcia jak najwyższej skuteczności. W ramach Trade Engine Filter weryfikujemy dostępne bazy, pracujemy we wszystkich regionach Polski z różną intensywnością, analizujemy rozmowy, weryfikujemy wyniki przeprowadzonych audytów, przedstawiamy wyniki sprzedaży w poszczególnych segmentach w postaci wielowymiarowych wykresów, analizujemy efektywność budowanych relacji i programów lojalnościowych i w chwili zaistnienia obszarów do poprawy, natychmiast interweniuujemy, wciąż mając przed sobą cel, jakim jest wzrost sprzedaży. Pełna transparentność systemu umożliwia jego bieżącą analizę na każdym poziomie zarządzania projektem, co dodatkowo wpływa na efektywność podejmowanych działań.

Innowacyjność narzędzia Trade Engine pozwala na rozwinięcie wielu ważnych aspektów. Szczególnie w obszarze dzielenia się informacją o podjętych decyzjach strategicznych, zmianach w strukturach regionów i efektach działań poszczególnych strategii sprzedażowych. W większości decyzje o zastosowaniu narzędzia podejmowane są na najwyższych szczeblach u Klienta, proponowane taktyki działań są na tyle innowacyjne, że Klienci nie decydują się na tworzenie na ich podstawie case study. Zastosowane przez nas mechanizmy pozostają w tajemnicy przedsiębiorstwa, które obsługujemy.

Najlepszym dowodem na skuteczność i innowacyjność rozwiązań Trade Engine są stałe umowy jakie Peter Wild & Partners podpisuje z największymi liderami rynku FMCG, telekomunikacyjnego oraz farmaceutycznego.

Piotr Łukasiak, Prezes & Partner **Peter Wild & Partners.**