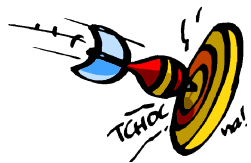


Kako učinkovito planirati i voditi prodaju?

Zagreb, 28.05.2009., hotel Westin

Predavač: mr. sc. Saša Karlovčan, dipl. ing.



CILJEVI RADIONICE



- saznati kako na učinkovitiji način izgraditi ili unaprijediti prodajnu organizaciju
- ukazati na najbitnije čimbenike koji utječu na ostvarenje prodajnih rezultata
- unaprijediti postojeći model upravljanja koji bi omogućio povećanje efikasnosti djelatnika i lakše ostvarenje poslovnih ciljeva

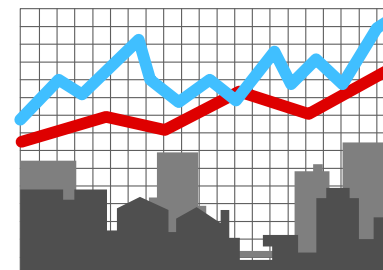
SADRŽAJ PROGRAMA

- Uvod
- Izazovi za tvrtke
- Uloga i zadaci voditelja
- Planiranje tržišta i prodaje
- Baza kupaca
- Diskusija



KPI

- Profitabilnost
- Prihod po djelatniku
- Broj posjeta / dan
- Broj novih kupaca
- Broj narudžbi / broj posjeta
- Prosječna narudžba
- Širina asortimana
- Indeks distribucije
- Broj posjeta A/B/C
- ...



IZAZOVI ZA TVRTKE



GDJE I KAKO POVEĆATI PRODAJU?

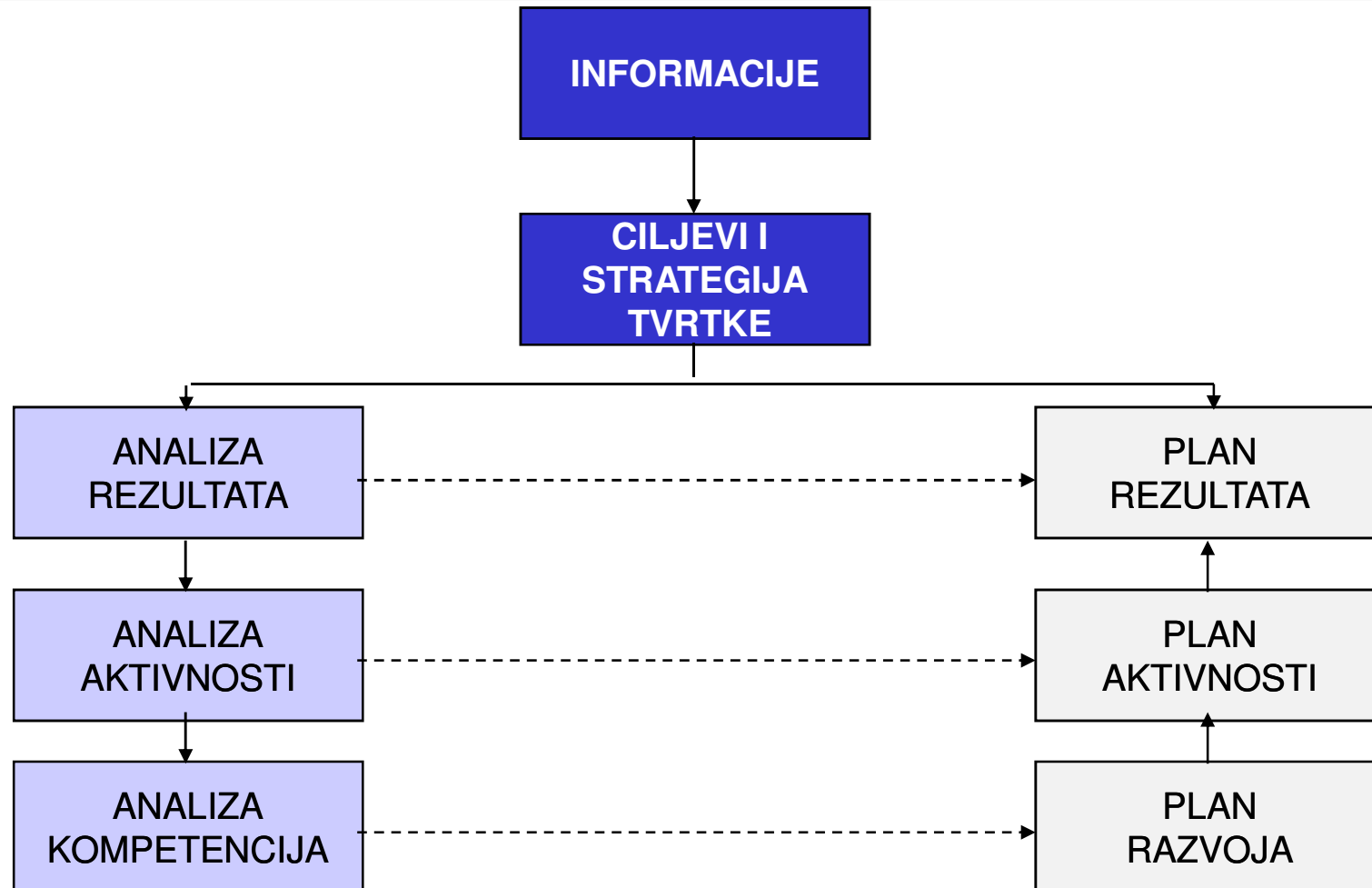
Prodajni proces	Aktivnost	Rezultat
1. Zadržavanje postojećih kupaca	Povećanje broja posjeta i ostalih prodajnih aktivnosti prema kupcima	Porast prometa s postojećim kupcima
2. Proces akvizicije novih kupaca	Prodajne aktivnosti s ciljem pridobivanja novih kupaca	Ostvareni promet od novih kupaca
3. Cross selling	Uvođenje novog proizvoda u prodajni asortiman kupca	Prodaja novog proizvoda kod postojećih kupaca
4. Up selling	Provođenje raznih akcija i smanjenje udjela konkurencije	Veći promet u vrijeme akcije, manji promet konkurencije
5. Povećanje stupnja korištenja	Zauzimanje većeg udjela u prometu kupaca s vašim asortimanom	Povećanje prometa
6. Uvođenje novog proizvoda	Izlazak na tržište s novim programom	Povećanje prometa s novim artiklima

MANAGERSKI POSAO



- Upotrebljavati raspoloživa sredstva za postizanje rezultata
- Razvijati izvore koji će omogućiti postizanje rezultata u budućnosti

PLANIRANJE PRODAJE



KONCEPT PRODAJNE BAZE



Uloženi trud i aktivnosti, koji dovode do rezultata u budućnosti

- Alat za mjerenje, analizu, planiranje i praćenje aktivnosti
- Dugoročni plan aktivnosti
- Nova prodaja / ponovna kupnja
- Ukazuje na vremenski odmak: aktivnosti – rezultati

KONCEPT PRODAJNE BAZE

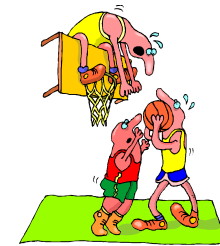
KUPOVNA

RADNA

TRŽIŠNA

BITNI ELEMENTI ZA UČINKOVITO PLANIRANJE I VOĐENJE PRODAJE

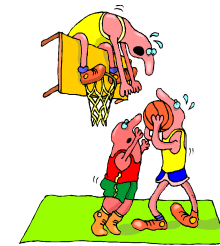
- Misija / vizija**
- KPI**
- SMART ciljevi, strategija**
- Stimulacija i motivacija djelatnika**
- Situacijsko vođenje**
- Coaching**
- MBO**
- Prodajna baza**
- Fokusiranje na najučinkovitiji prodajni proces**



DISKUSIJA



Hvala vam na pažnji!



Vaša pitanja?

