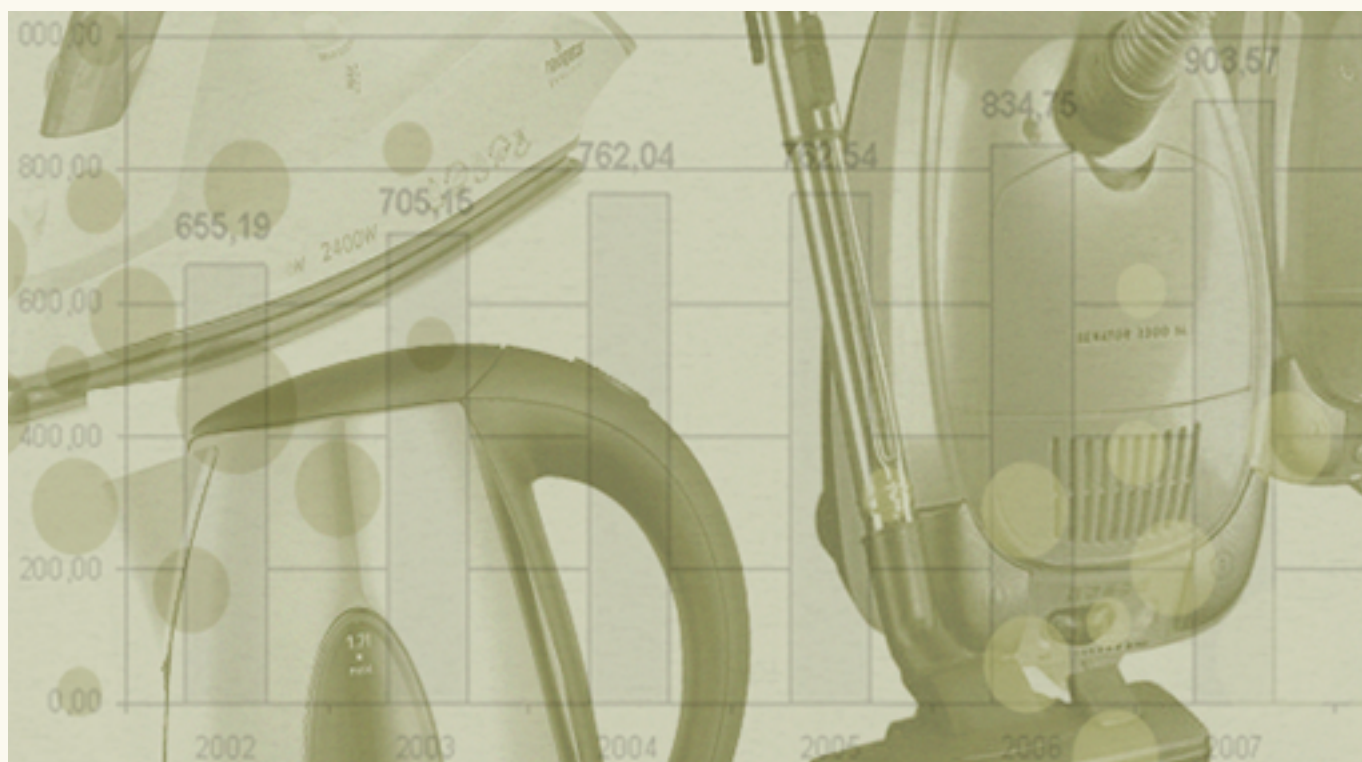


PRODUKT: INTERNETOWA PLATFORMA WSPARCIA SPRZEDAŻY

---

# Wsparcie sprzedaży małego AGD w handlu tradycyjnym

---



Finalna decyzja zakupowa odnośnie marki kupowanego sprzętu w segmencie małego AGD najczęściej podejmowana jest przez konsumentów dopiero w sklepie.

Do głównych czynników wpływających na tę decyzję należy rekomendacja sprzedawcy, widoczność produktu oraz obecność oferty promocyjnej.

Wsparcie sprzedaży produktów AGD w kanale tradycyjnym powinno zatem opierać się o działania motywacyjne skierowane do osób mających decydujący wpływ na te czynniki: sprzedawców w punktach sprzedaży detalicznej.

## TŁO

Rynek AGD cechuje nadpodaż produktów, co skutkuje podejmowaniem przez producentów intensywnych działań w zakresie handlu i promocji, przy czym działania te koncentrują się wokół rywalizacji cenowej oraz akcji motywacyjnych skierowanych do kanału detalicznego.

Taka sytuacja oznacza, że większość sklepów detalicznych prowadzących sprzedaż artykułów małego gospodarstwa domowego uczestniczy już w programie lub nawet w kilku programach motywacyjnych marek konkurencyjnych. W związku z tym, głównym wyzwaniem dla producenta, który zwrócił się do \Data Solutions było zapewnienie odpowiednio wysokiej atrakcyjności mechanizmów i wykorzystywanych narzędzi tak, aby sprzedawca nie tylko uczestniczył w działaniach prowadzonych przez producenta, ale także był skłonny zrezygnować z partycypacji w aktywnościach konkurencji.

Kolejnymi istotnymi kwestiami, które musiały być przeanalizowane i rozwiązane na etapie opracowywania programu były między innymi różny potencjał sprzedażowy sklepów oraz zróżnicowane systemy raportowania sprzedaży.

## ZADANIE

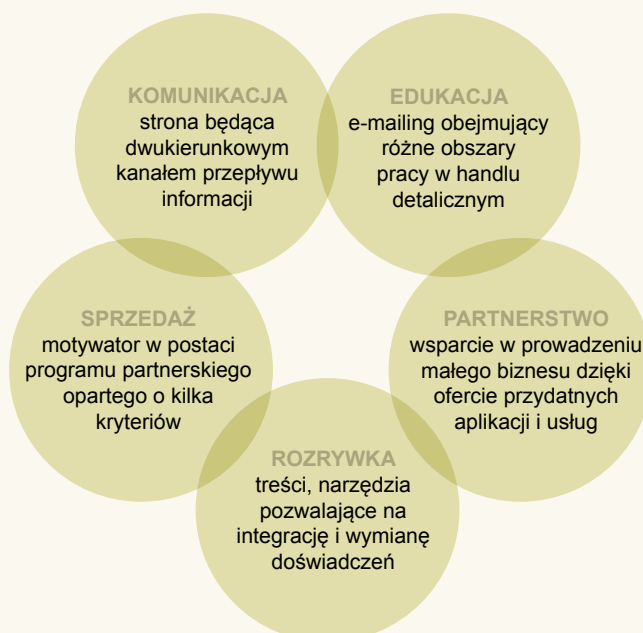
Jeden z największych krajowych producentów artykułów gospodarstwa domowego, powierzył \Data Solutions zadanie opracowania programu motywacyjnego skierowanego do PSD, oddziałującego na:

- ▶ **sprzedaż:** (motywowanie do zakupu i odsprzedaży produktów producenta)
- ▶ **dystrybucję:** (szybka budowa dystrybucji nowych kategorii produktów producenta np. blenderów oraz hairstylers'ów, utrzymanie i rozwój dystrybucji numerycznej pozostałych kategorii)
- ▶ **ekspozycję:** (poprawa ekspozycji, wdrażanie standardów producenta)
- ▶ **rekomendację:** (zbudowanie wyższego od udziałów rynkowych stopnia rekomendacji)
- ▶ **relacje:** (utrwalenie i rozwój partnerskich relacji z detalistami)

## ROZWIĄZANIE

To internetowa platforma wsparcia sprzedaży, której zadaniem była budowa relacji, a w efekcie autentycznej rekomendacji produktów producenta przez sprzedawców. Platforma oferowała korzyści racjonalne (jaką były program punktowy czy szkolenia) oraz emocjonalne, stanowiąc miejsce rozrywki, integracji i wymiany doświadczeń uczestników.

- ▶ **punktowy program partnerski** oparty o wysokość, strukturę sprzedaży oraz ekspozycję i rekomendację badaną przez Tajemniczych Klientów (indywidualne konta uczestników, e-sklep z nagrodami, zasady)
- ▶ **platforma e-learningowa dla sprzedawców** (Akademie: Sprzedaży, Dobrej Ekspozycji, Rozwoju Osobistego)
- ▶ **punkt obsługi sprzedawcy** (aplikacje ułatwiające prowadzenie sklepu: serwis przedsprzedażowy, sklep internetowy z akcesoriami, serwis reklamacyjny)
- ▶ **poradnik o ekspozycji** (standardy, best practise, dobre rady, galerie)
- ▶ **działy informacyjne** (produkty producenta, informacje o firmie oraz rynku AGD)
- ▶ **rozrywka** (gry, konkursy, elementy humorystyczne i społecznościowe)



## Wyniki

Wdrożone rozwiązania pozwoliły osiągnąć mierzalne efekty zarówno w przypadku zwiększenia wielkości sprzedaży produktów marki, jak i dystrybucji, ekspozycji oraz rekomendacji.

Mechanizmy zaimplementowane przez \DS przyniosły następujące korzyści:

**40%**

## Wzrost sprzedaży produktów w PSD biorących udział w pierwszej edycji programu

- ▶ **10:1** wyniósł stosunek marży na produktach zarejestrowanych w akcji do kosztów w I edycji,
- ▶ **1000 zł** marży producenta za każde 85 zł zainwestowane podczas II edycji programu,
- ▶ **15%** wzrost dystrybucji numerycznej istotnych produktów podczas I edycji,
- ▶ **36%** wzrost dystrybucji dwóch kluczowych produktów przy II edycji programu.

## Kluczowy czynnik sukcesu

Opracowanie wysoce wyspecjalizowanej platformy internetowej będącej narzędziem codziennej pracy sprzedawców AGD.

ul. Bastionowa 37  
61- 663 Poznań  
+48 61 625 02 50 t  
+48 61 625 02 51 f  
NIP: 521- 28- 00 -179

[www.datasolutions.pl](http://www.datasolutions.pl)

Misją \DATA SOLUTIONS jest dostarczanie Klientom rozwiązań zwiększających ich przewagę konkurencyjną dzięki optymalizacji procesu sprzedaży na każdym z jego etapów.



Producent



Dystrybutor



Detalista



Konsument