

Ефективна пазарна стратегия на „Юниливър“ чрез мобилно CRM решение

“Внедрената система дава възможност за развитието на ясна стратегия за въвеждането на нови продукти и разширяването на продуктовата гама съобразно индивидуалните нужди на всеки клиент.”

Мариан Георгиев, мениджър „Развитие на пазара“

Основана през 1929 г., Unilever е британско-нидерландска мултинационална компания за потребителски стоки с две седалища – в Ротердам, Нидерландия, и Лондон, Обединеното кралство. Нейните продукти включват храни, напитки, почистващи препарати и продукти за лична грижа. Unilever е най-големият в света производител на продукти за мазане, като например маргарин. Компанията се състои от четири главни дивизии – храни, освежителни продукти (напитки, сладолед), грижа за дома и лична грижа. Тя осъществява изследователска и развойна дейност в Обединеното кралство, Нидерландия, Китай, Индия и САЩ. Продуктите на една от най-старите мултинационални компании могат да се намерят в около 190 страни.

„Юниливър България“ е основана през 1999 г. като част от Unilever South Central Europe. Компанията е един от лидерите на българския пазар за бързооборотни стоки.



CRM проектът е реализиран с Microsoft Dynamics 365 for Sales. Той обхваща нуждите на компанията от планиране на продажбите и търговските дейности, анализ собственото и конкурентното позициониране на пазара, автоматизиране на поръчките, проследяване на визити и дейности по продажбите и детайлно отчитане.

Решението е с back office внедряване и мобилна част за търговците.

В мобилната част търговските представители имат достъп до базата данни с всички клиенти на компанията и техните локации. Те разполагат с цялата нужна информация за всеки клиент – локация, лице за контакт, телефонни номера, категория (сезонно или постоянно), тип (ресторант, хотел, бързо хранене, кетъринг и др.), доставени продукти, използвани дистрибутори и продукти на конкуренцията.

На мобилните си устройства търговските представители могат да планират визитите (да задават локация, ден и час), маршрутите и да определят дейностите – готвене (демонстрация с конкретни продукти, предварително избрани в приложението), мърчандайзинг, обучение за употребата на продукта, презентации (PDF файлове на таблет), срещи и др. Те разполагат с календар, в който могат да проследят планираните посещения на дневна, седмична или месечна база.

Когато търговският представител прави визита, планираното посещение се променя на реално. Той може да вижда какви са планираните дейности и да въвежда реалните извършени такива. Записват се началото и продължителността на всяко посещение. Непланираните също могат да се въведат на място.

Приетите по време на посещението поръчки се изпращат автоматично към основния дистрибутор чрез back office. Търговските представители могат да виждат подробни справки за визитите си – планирани или извършени.

Цялата информация, свързана с клиентите, техните офиси, продуктите, дистрибуторите и др., се управлява и актуализира благодарение на back-office решението. Ежедневно получаваната от основния дистрибутор информация се въвежда автоматично в CRM системата. Наличен е също и много богат набор от предварително дефинирани справки.

ОБОБЩЕНИЕ НА ПРОЕКТА

Юниливър България
Основана през 1999 г. като част от Unilever South Central Europe

Индустрия
Търговия на едро

Дейности на компанията
Търговия на едро с потребителски стоки от марките Knorr, Hellmann's, Carte D'Or, Lipton, Rama.

Покритие на пазара
България

Потребители
Развитие на пазара, търговски представители.

Процеси за подобряване
Компанията има ограничени възможности за анализ на информацията относно присъствието на собствените марки и тези на конкурентите на пазара и получаването на обратна връзка от своите потребители. Проследяването на дейностите на търговските представители по време на посещенията им е много трудно. Поръчките се вземат на хартия и се диктуват по телефона на дистрибутора. Много ограничена възможност за отчет и значителна вероятност за човешки грешки. Не е налична система за планиране на дейностите.

Предизвикателства при внедряването
Описание на бизнес процесите. Преструктуриране на търговските екипи. Уреждане на интеграцията на решението със системата на основния дистрибутор с цел автоматизирани мобилни поръчки.

Ползи
Процесът за вземане на поръчки е автоматизиран и е намалена вероятността за човешки грешки. Търговските представители вече могат да планират посещенията, техния брой и дейностите си. Ефективността им е повишена и няма пропуснати клиенти. От Unilever могат да анализират конкуренцията и да оптимизират представянето си. Решението позволява детайлно отчитане на всички търговски дейности, вече може да се види и анализира ситуацията на пазара.



Unilever