

ОТ АУДИТА КРІ К СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ПОЛЕВЫХ КОМАНД



Клиент

FMCG-КОМПАНИЯ



География

РОССИЯ, СНГ

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

Контроль выполнения стандартов и КРІ торговыми представителями (ТП)

ПРЕДПОСЫЛКИ ПРОЕКТА

Изначально проект запускался как классический аудит для контроля выполнения КРІ:

- соблюдение стандартов визита
- корректность работы с POSM
- представленность продукции
- выполнение задач по полке

Однако в процессе работы стало очевидно: механический сбор данных не решает управленческих задач клиента

РЕАЛИЗОВАННЫЕ МЕХАНИКИ

- Каждый визит фиксировался объективно и структурировано.
- Все данные агрегировались в единую систему аналитики.
- Это позволило перейти: от наказания ТП за низкие показатели к управлению их эффективностью
- Отчеты перестали быть «палкой» и стали «картой проблем».



АНАЛИТИКА НАГЛЯДНО ПОКАЗЫВАЛА:

- где есть пробелы в обучении
- где некорректно используется POSM
- где нарушена техника продаж
- где усилилось давление конкурентов
- где проблема лежит не в ТП, а в стратегии

Ключевым маркером зрелости системы стало сокращение апелляционного периода в 2 раза.



ЭТО ОЗНАЧАЛО:

- данные объективны
- фиксация неоспорима
- доверие к системе выросло
- диалог стал конструктивным

Обсуждение результатов перестало быть эмоциональным и стало инструментом для принятия управленческих решений.

РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА

- Создан объективный стандарт оценки полевой работы
- Исключена субъективность и человеческий фактор
- Сокращен апелляционный период в 2 раза
- Повышена прозрачность взаимодействия с ТП
- Переведен фокус с наказания на развитие
- Получены причинно-следственные связи для управленческих решений



Проведены ежеквартальные проверки по представленности, наличию, остаткам, POSm и уровню рекомендации сотрудниками ТТ продукции клиента.

- **1200** аудиторских проверок торговых точек
- **200** аудиторских проверок дистрибьюторов
- **800** проверок строительных компаний по средствам телефонного обзвона по скрипту



Подготовлен аналитический отчет и итоговая презентация по каждому региону, каналу продаж и ответственному менеджеру с результатами/выводами по каждому из кварталов и календарному году в целом.