

JAK NA CHAOTICKOU SPRÁVU POS REALIZACÍ?

NA TVORBĚ, VÝROBĚ, LOGISTICE A EXEKUCI POP MATERIÁLŮ NA PRODEJNÁCH SE PODÍLÍ ŘADA OSOB NA STRANĚ VÝROBCE, ZADAVATELE, MALOOBCHODNÍKA A PŘÍPADNĚ I DALŠÍCH SUBJEKTŮ.

S odpovědí na tuto otázku se potýká mnoho firem, které využívají podporu v místě prodeje. Jednou z nich je i Budějovický Budvar, který každoročně realizuje řadu větších či menších projektů v oblasti POS propagace. „Představme si, že chceme na prodejnách umístit přes stovku stojanů. Od chvíle, kdy je výrobce dokončí až po jejich instalaci v obchodě, se o projekt stará mnoho lidí. Naši obchodní zástupci domlouvají umístění, logistika stojany přepravuje, instalační týmy je montují. Na všechno dohlíží marketingové oddělení. Pokud chybí důkladná koordinace a přehled o stavu, mohou nastat komplikace,“ popisuje manažerka podpory prodeje Alžběta Eignerová.

Obecně většinou putuje řízení POS realizací chaoticky několika různými cestami – v tabulkách, seznamech, mnoha e-mailech, nevyhovujících programech. Jenomže čím více kanálů, tím roste možnost,

že se někde ztratí důležitá informace, zapadne termín nebo se dokonce dostane mimo kontrolu rozpočet. Následky nedostatečného přehledu se mohou projevit například v tom, že POS prostředky nebudou dostatečně využity, a to může vést k plýtvání a komplikacím, které si nikdo nepřeje.

In-store komunikační agentura DAGO přišla se softwarem, který jednotlivé fáze realizace integruje na jedno místo a v celém procesu vzniku, realizace a evidence zapojuje do jejich řízení všechny aktéry. „Chtěli jsme, aby informační systém zjednodušil a zpřehlednil efektivnost závozů, instalaci a také následnou evidenci a správu. Klientům přináší ucelený přehled o všech jejich POS a na konci všeho je pak s mnohem větší jistotou spokojený maloobchodník i koncový zákazník,“ vysvětluje Lucie Michajlov, která vývoj softwaru zastrešuje společně s dalšími kolegy z DAGO.

Čím je projekt rozsáhlejší, tím vzrůstá pravděpodobnost, že se realizace neodehraje zcela hladce. Jak tedy zajistit, aby správa každého projektu byla efektivnější a přehlednější?

KAŽDÝ UŽIVATEL MÁ SVŮJ POHLED

Dodavatel, zákazník, logistika i sklad jsou v systému on-line propojeni. Klient sleduje v reálném čase a on-line zakázku v každé fázi. Pomocí fotografií a poznámek od instalačních týmů vidí, že POS médium je umístěno ve správném stavu na správném místě, a v případě potřeby může jednoduchým zadáním v systému vyžádat nápravu. „Když se podaří udat objednané stojany během prvního dne, zákazník to okamžitě registruje v systému a ví, že musí doobjednat další,“ uvádí Lucie Michajlov příklad využití.

Na logistický software plně přešli i v Budvaru, a dokonce se na jeho tvorbě částečně podílí. „Díky tomu si ho můžeme vytvářet k potřebám nejen našim, ale i dalších potenciálních firem, které propagují své produkty v místě prodeje. Osvědčila se nám funkce takzvaných dashboardů, kde každý uživatel vidí v systému jen to, co potřebuje. Prakticky si to můžeme představit tak, že se obchodní zástupce zaměří na určitou prodejnu. Do systému zadá rozměry regálu a komponenty, které k němu potřebuje, a nám se to v systému objeví jako návrh, který schválíme a opět v systému jednoduše zadáme k výrobě a dodání dodavateli,“ zmiňuje Alžběta Eignerová.

HODNOCENÍ OBCHODNÍCH ZÁSTUPCŮ

Součástí softwaru je i mapa, která zobrazuje umístění prostředků in-store komunikace v jednotlivých prodejnách. „Díky tomu vidíme umístění a druh POS a kde jsou naopak prázdná místa.

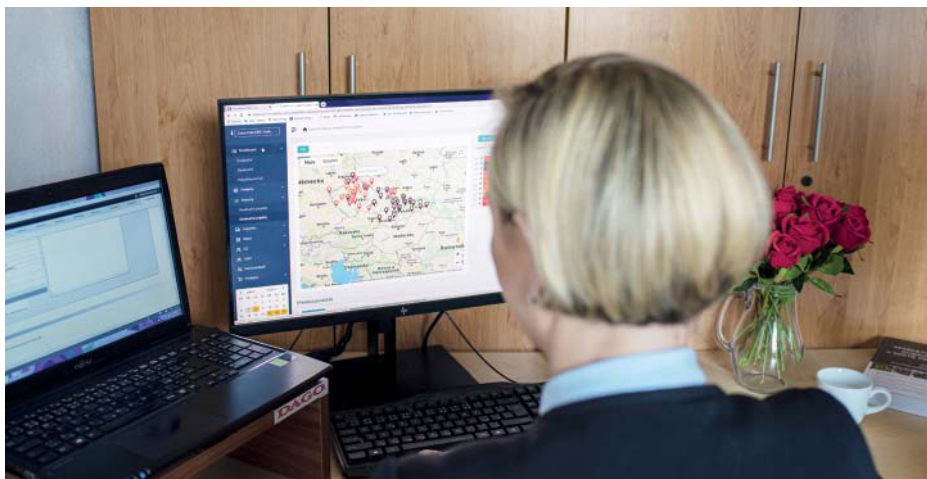


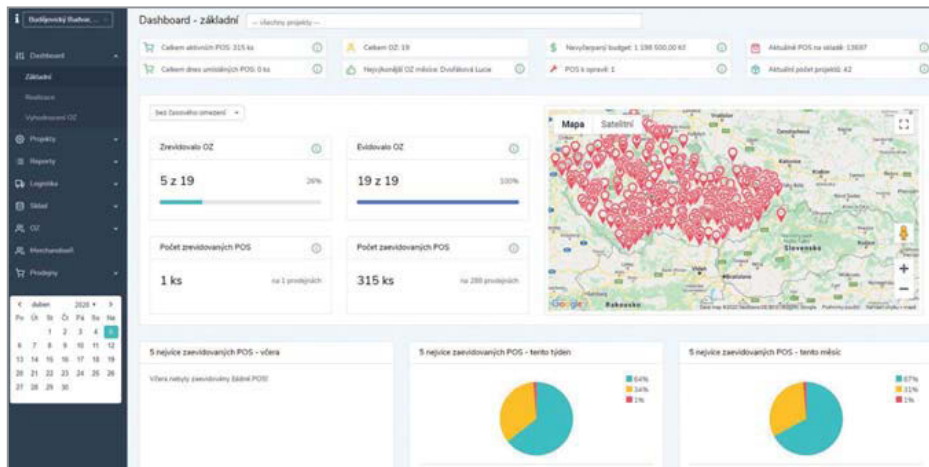
Foto: DAGO

In-store komunikační agentura DAGO přišla se softwarem, který jednotlivé fáze realizace POS integruje na jedno místo a v celém procesu vzniku, realizace a evidence zapojuje do jejich řízení všechny aktéry.

Můžeme tak podniknout kroky k posílení činnosti obchodního zástupce v patřičné oblasti,“ dodává Alžběta Eignerová z Budvaru.

Obchodní zástupci mohou být prostřednictvím dat ze systému také hodnoceni. Zákazník totiž má přehled o tom, jak byl který zástupce aktivní a kde se mu podařilo POS umístit. Tyto informace se promítají do speciálních vyhodnocovacích stránek a souhrnných reportů s patřičnými srovnáními výkonu.

Složitější a dlouhodobé in-store komunikační aktivity jako například pokladní zóny, regálové systémy či třeba



výroba a skladové zásoby, ale především i finanční prostředky, které klient alokuje pouze na potřebné díly. Řízené dodávky z produkce na sklad eliminují prodlevy a nestane se tak, že by se na výrobu čekalo.

V Budvaru se systémem pracují již přes rok. „Je pro nás velkou výhodou, že software funguje jako živý organismus. Neustále se aktualizuje a vyvíjí a můžeme si ho uzpůsobovat, jak potřebujeme. Zatím

UŽ JE STOJAN STAŽENÝ?

Software nachází své uplatnění rovněž jako archiv realizovaných zakázek, protože v něm lze filtrovat mezi aktivními i neaktivními projekty. „Stávalo se nám, že se na nás klienti po dlouhé době obraceli s dotazem typu ‚Máme v tom obchodáku ještě regálové čelo, nebo už je stažené?‘ Nejenže se v systému mohou přesvědčit o stavu POS, ale také zjistit, jak bylo úspěšné. Občas nám i volali s prosbou, abychom jim fotky vystavení ze softwaru nemazali, protože je to jediné místo, kde si evidenci o nich vedou,“ objasňuje Lucie Michajlov.



jeho prostřednictvím řídíme POS v obchodech, ale do budoucna uvažujeme také o zapojení on-trade,“ uzavírá svou zkušenost Alžběta Eignerová.

Marek Končítík, DAGO, s.r.o.



celá nápojová oddělení vždy sestávají z mnoha komponentů. Instalují se v různých velikostech, sestavách a variantách. V těchto případech systém sám vyhodnocuje na základě předchozího odbytu a navrhuje a informuje o nutnosti další výroby a naskladnění jednotlivých součástí, které by v blízké budoucnosti mohly chybět a komplikovat tak plynulost instalací. Optimalizuje se tím nejen