

eLeader Perfect Store & Visit una gestión eficaz a través de objetivos

En este artículo aprenderás:

01

-
Qué es el enfoque basado en KPI para la implementación de estrategias en el campo

02

-
Qué es el módulo eLeader Perfect Store and Visit

03

-
En qué áreas es mejor implementar el módulo eLeader Perfect Store and Visit

04

-
Cuáles son los beneficios de usar el módulo con referencia a una tienda, visita, empleado o período de tiempo

CONFIDENCIALIDAD

El contenido de este documento es confidencial y constituye un secreto corporativo de eLeader Sp. zoo. Solo los destinatarios de la correspondencia electrónica intercambiada con eLeader tienen derecho a hacer uso del contenido de este documento. Cualquier divulgación de este contenido a terceros se considerará como un acto de competencia desleal en el sentido del art. 11 de la Ley de lucha contra la competencia desleal de 16 de abril de 1993 (Journal of Laws 2018.419)

La teoría de grandes objetivos

Los modelos de gestión modernos enfatizan la necesidad de definir objetivos como puntos de referencia en el camino hacia el éxito. No importa si se trata de la creación de etiquetas de productos, el volumen de ventas, la calidad de la capacitación, el tiempo de implementación de los sistemas de TI (tecnología de la información) o la creación de una posición en el mercado. Los objetivos expresados en términos de tiempo, cantidad

o relación dependen de la situación individual de cada organización, pero en todos los casos la condición de una gestión efectiva a través de los objetivos es la aplicación del principio SMART (inteligente) al identificarlos.



Para alcanzar los objetivos de ventas, marketing o recursos humanos, es crucial optimizar numerosos procesos comerciales que ocurren simultáneamente en varios planos. En el caso de las empresas que utilizan trabajadores de campo, esto implica muchos desafíos:

- Traer una variedad de datos a indicadores legibles.
- Motivación de los empleados para lograr los objetivos.
- Trabajo competente y eficiente en puntos de venta.
- Influir a los consumidores de manera efectiva en las tiendas.
- Segmentación.

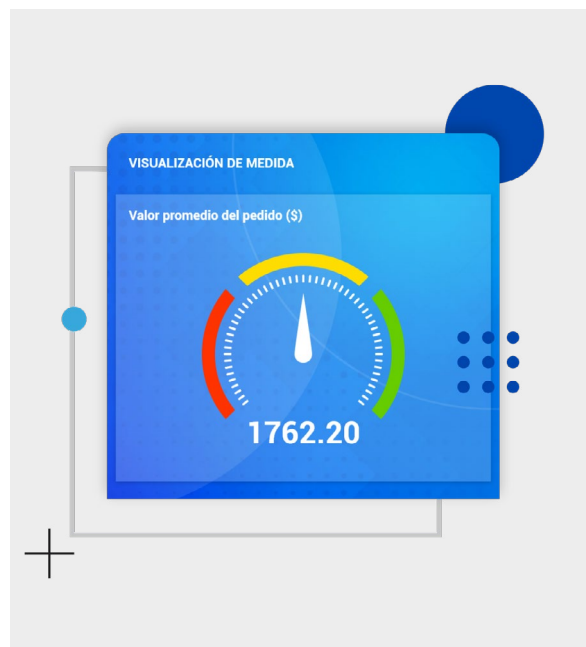
Leader Perfect Store & Visit le brinda una oportunidad real de administrar a través de objetivos. El módulo mide y visualiza los efectos de las operaciones de campo, apoyando y motivando a los representantes a llevar a cabo las ventas, marketing, estrategias operacionales y de recursos humanos de su empresa al más alto nivel posible. El módulo proporciona indicadores de rendimiento visualmente atractivos y avanzados para cualquier objetivo (estratégico u operativo) que reemplaza informes ilegibles o entrenamiento que consume mucho tiempo.



INTELIGENTE - Como debería ser el objetivo comercial.

KPI: si no lo mides, no puedes mejorarlo

Para lograr objetivos estratégicos, la condición básica es medir qué es lo que influye más en estos objetivos. El módulo de eLeader y, al mismo tiempo, una técnica de gestión basada en objetivos supone asignarles indicadores generales, claros e inequívocos (KPI - Key Performance Indicator/Indicador clave de rendimiento) los cuales expresan el grado



de implementación de la estrategia. Por lo tanto, KPI es el operador básico del módulo eLeader Perfect Store & Visit

Los primeros ejemplos de los KPI más populares utilizados en la gestión de la fuerza de campo son: número de productos vendidos, eficiencia de visitas, volumen de ventas, número de quejas, número de visitas realizadas, presencia en el estante del producto, participación en el estante, orientación, tiempo promedio de visita, etc.

KPI sirve como una herramienta para motivar a los empleados que pueden realizar un seguimiento del progreso de sus actividades y evaluar cuánto trabajo debe dedicarse para recibir un bono (más sobre esto en la sección MOTIVACIÓN).

Los KPI también son señales de advertencia. Establecer niveles críticos, por ejemplo, para el número de pedidos o visitas, combinado con alertas relevantes, permite un análisis temprano del problema y una reacción apropiada (en KPI podemos ocultar muchos indicadores parciales que miden segmentos comerciales sensibles).



Porcentage de produits disponibles

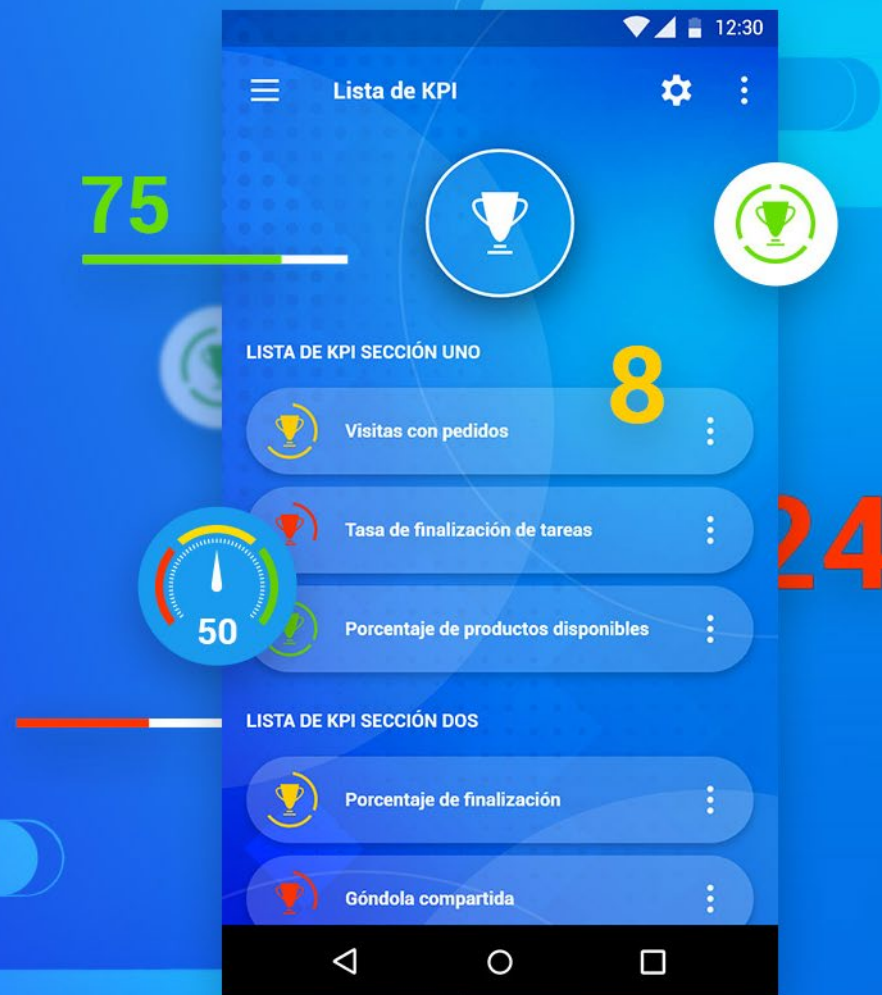
El nivel de disponibilidad del producto es demasiado bajo. Haga todo lo posible para tenerlo encima del 80%.

Áreas y formas de optimización

VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

La funcionalidad de Perfect Store en su forma „académica” es la posibilidad de expresar la calificación de la tienda a través de KPI relacionados principalmente con la calidad de la exhibición (por ejemplo, participación en el estante, disponibilidad del producto, revestimiento). Lo que es importante, los indicadores se adaptan al segmento apropiado (por ejemplo, definido en relación con el canal, el tamaño, la ubicación, el número de cajas registradoras o la infraestructura adyacente), de modo que los resultados se puedan comparar más fácilmente y el indicador se pueda usar de manera flexible para diferentes tipos de tiendas, e incluso para cada tienda individualmente.

Para que la calificación de Perfect Store refleje realmente la condición de una tienda en particular, se debe garantizar que sus componentes hagan referencia a factores que tienen un impacto clave en las ventas. Entre estos, se da prioridad a los indicadores relacionados con la visualización, especialmente el lugar donde la mayoría de los consumidores toman sus decisiones de compra.





Un ejemplo de la implementación del modelo Perfect Store & Visit. El título de la tienda maestra se otorga a un objeto que obtenga al menos 70 puntos.

MOTIVACIÓN

El módulo eLeader Perfect Store & Visit orientado a objetivos es una herramienta gracias a la cual el supervisor motiva a los empleados de campo para ser más eficaces y al mismo tiempo hacer cumplir las normas laborales de la empresa.

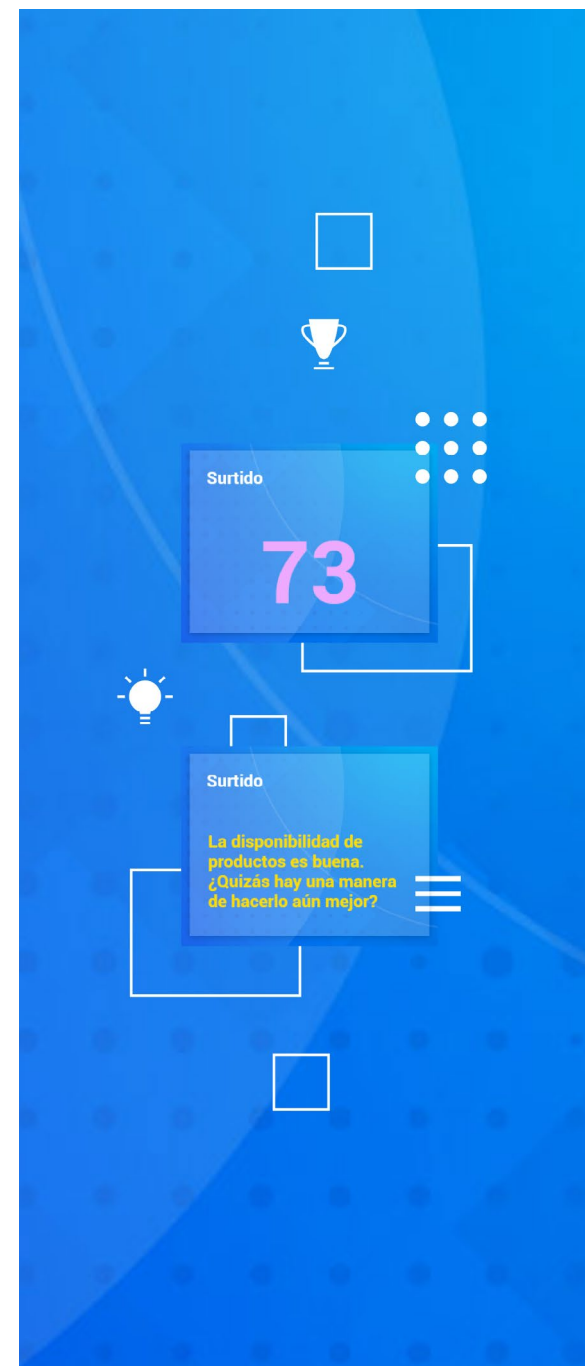
La principal ventaja de la solución es que los efectos se logran de forma natural. La interfaz de usuario (UI) de la aplicación permite colocar indicadores visualizados donde se realizan las actividades. Esto le da al representante la oportunidad de seguir su progreso de trabajo de manera continua y evaluarlo objetivamente.

Por ejemplo: cuando durante una visita el indicador muestra que solo falta un producto para obtener una bonificación, o que agregar una „cara” en el estante ayudará a superar el promedio de la compañía, se activan reservas adicionales de motivación, lo que

permite al representante lograr mejores resultados.

Si ponemos motivadores similares en los dispositivos de todos los representantes, podemos hablar sobre el efecto de escala que tiene un impacto real en toda la estrategia de ventas. Vale la pena enfatizar que la conciencia de los objetivos y el conocimiento de lo que influye en la evaluación del trabajo reemplaza muchas actividades de control, horas de capacitación y charlas, que generalmente ocurren en el lugar y el tiempo de trabajo del representante. KPI acompaña a los representantes en las tiendas, por lo que pueden tomar medidas de inmediato para aumentar la eficiencia.

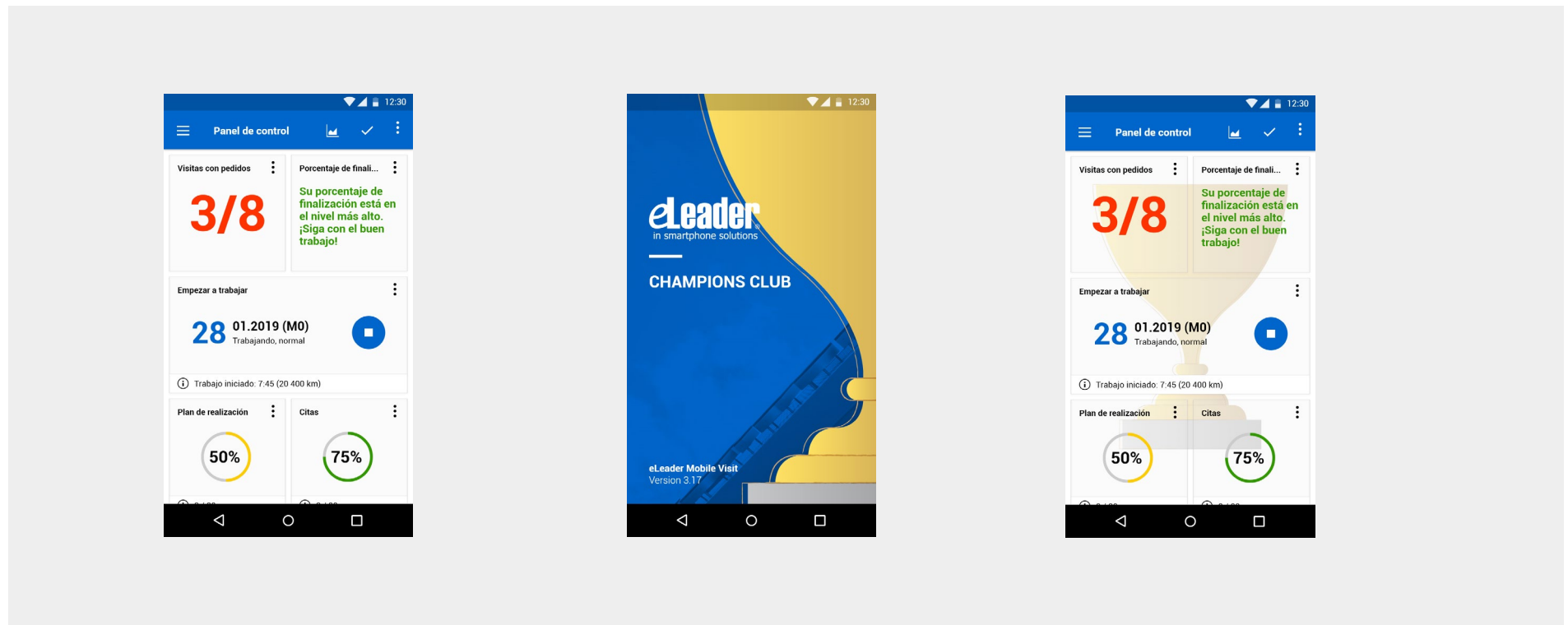
Los representantes de campo sienten el beneficio de introducir un sistema para evaluar la efectividad del trabajo cuando se basa en indicadores simples y claros (en línea con el principio SMART). En tales casos, a menudo no solo se evalúan los resultados objetivos (por ejemplo, la cantidad de dispositivos vendidos), sino también los relacionados con los objetivos, el promedio de la compañía u otros empleados en puestos similares.



GAMIFICACIÓN

Los KPI bien configurados para los empleados abren el camino para la gamificación, es decir, el proceso de alcanzar los objetivos expresados en forma narrativa. Para este propósito, se implementa la mecánica del juego, que debe seguir pasos intermedios para alcanzar el objetivo principal. El objetivo de la gamificación es elevar el nivel de motivación mediante una sana competencia. La evaluación del desempeño basada en obtener más logros para el progreso en áreas clave del negocio ayuda al empleado a identificarse con la misión y los objetivos de la empresa.

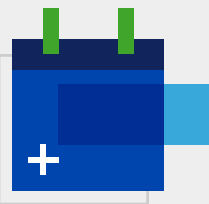
La creatividad y la diversión son importantes en la gamificación. Es suficiente introducir algunas reglas simples, acentos y descripciones básicas (por ejemplo, fondos de pantalla apropiados o estilización de indicadores), el resto se completa con la imaginación humana y nuestra tendencia natural a participar en competiciones deportivas.



Un ejemplo de una simple gamificación del proceso de ventas junto con su visualización hecha para uno de los clientes de eLeader.

ÁREAS ADICIONALES DE OPTIMIZACIÓN

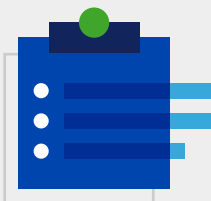
Los KPI se pueden elegir libremente según las necesidades del negocio. Cabe señalar que, aparte del área estricta de ventas y comercialización, podemos organizar los indicadores en ciertos grupos lógicos que permiten la medición integral de áreas enteras:



Mes perfecto (semana, día itd.)

Este enfoque consiste en seleccionar KPIs comparándolos con los mismos períodos o contra el ideal asumido. El factor principal aquí es el tiempo, por lo que es mejor definir los KPI que optimizamos en un período determinado. Puede ser por ejemplo la cantidad de pedidos de nuevos productos, la velocidad de comercialización, la participación en el estante o la cantidad de visitas realizadas.

Al realizar actividades en tiendas y referirlas a los KPI, llenamos la brecha entre los objetivos estratégicos de la empresa y los objetivos de los empleados individuales.



Tarea perfecta

Es un ejemplo de una vista transversal, útil especialmente en el análisis en profundidad y la optimización de operaciones en el campo, por ejemplo a través de pruebas A / B. Si queremos identificar la mejor manera de realizar una determinada actividad o tarea, adjuntamos un KPI a esta tarea, como el tamaño del pedido o tiempo de actividad, y comparamos los resultados. De esta forma aprendemos, qué método de ejecución de la estrategia a nivel de tarea ofrece o brinda al negocio los mayores beneficios.



Visita perfecta

Permite la medición y optimización de los KPI relacionados con las visitas, incluida su calidad. KPI de muestra: tiempo de una sola visita, tiempo promedio de visita, tiempo promedio de viaje hasta el punto, porcentaje de visitas que terminaron con la realización de un pedido, número de productos en la cesta de pedidos, valor del pedido, valor de la queja, valor de devolución.

Empleado perfecto

Permite la medición y la optimización de los KPI relacionados con la calidad de trabajo del representante, por ejemplo, el número de trabajos puntuales iniciados, el número de pruebas completadas con éxito, el número de actividades opcionales realizadas, el número de notificaciones / quejas.



Trabaja con el módulo Perfect Store & Visit

Para comenzar a utilizar el módulo Perfect Store & Visit, debes definir las medidas seleccionadas a partir de los datos recopilados en el sistema (por ejemplo, datos encontrados en los informes más importantes). Identificando y agrupando a aquellos que están más estrechamente relacionados con nuestros objetivos nos permitirá determinar nuestros KPI. Las actividades relacionadas con la configuración de los KPI se realizan en la aplicación WEB.

En el siguiente paso, los microdatos (indicadores) reciben valores apropiados y la mejor forma de visualizar los datos para los KPI construidos en esta manera, es elegida incluyendo la determinación de los umbrales cuando cambia la apariencia de un indicador dado (por ejemplo, el color).

Porcentaje de productos disponibles

75%

Cobertura de puntos de venta

25

Visitas con pedidos

6/8

Valor promedio del pedido



1762.20

Góndola compartida (%)

30

Cantidad de visitas realizadas hoy

8

Logro de finalización de tareas



Porcentaje de finalización

Su porcentaje de finalización está en el nivel más alto. ¡Siga con el buen trabajo!

Podemos presentar el nivel de realización de KPI por medio de iconos, números, contadores, porcentajes, proporciones, texto o diferentes tipos de gráficos. Una elección tan amplia permitirá hacer coincidir perfectamente la forma con el tipo, el contenido y la importancia de la información transmitida.

El proceso de realización de KPI se puede medir de forma continua (por ejemplo, para tendencias) o para intervalos de tiempo específicos (lo mejor para el análisis comparativo). Ciertamente, algunos datos deben enviarse a los usuarios móviles al menos una vez al día o incluso de forma regular.

Vale la pena planificar una revisión de los supuestos en períodos seleccionados (por ejemplo, trimestralmente) para que la implementación de la estrategia medida por los KPIs coincida mejor con la realidad empresarial.

Además, vale la pena preparar mensajes especiales que expliquen el estado de cada indicador e incluso formularlos como consejos o advertencias que motiven a los representantes a aumentar su eficiencia.

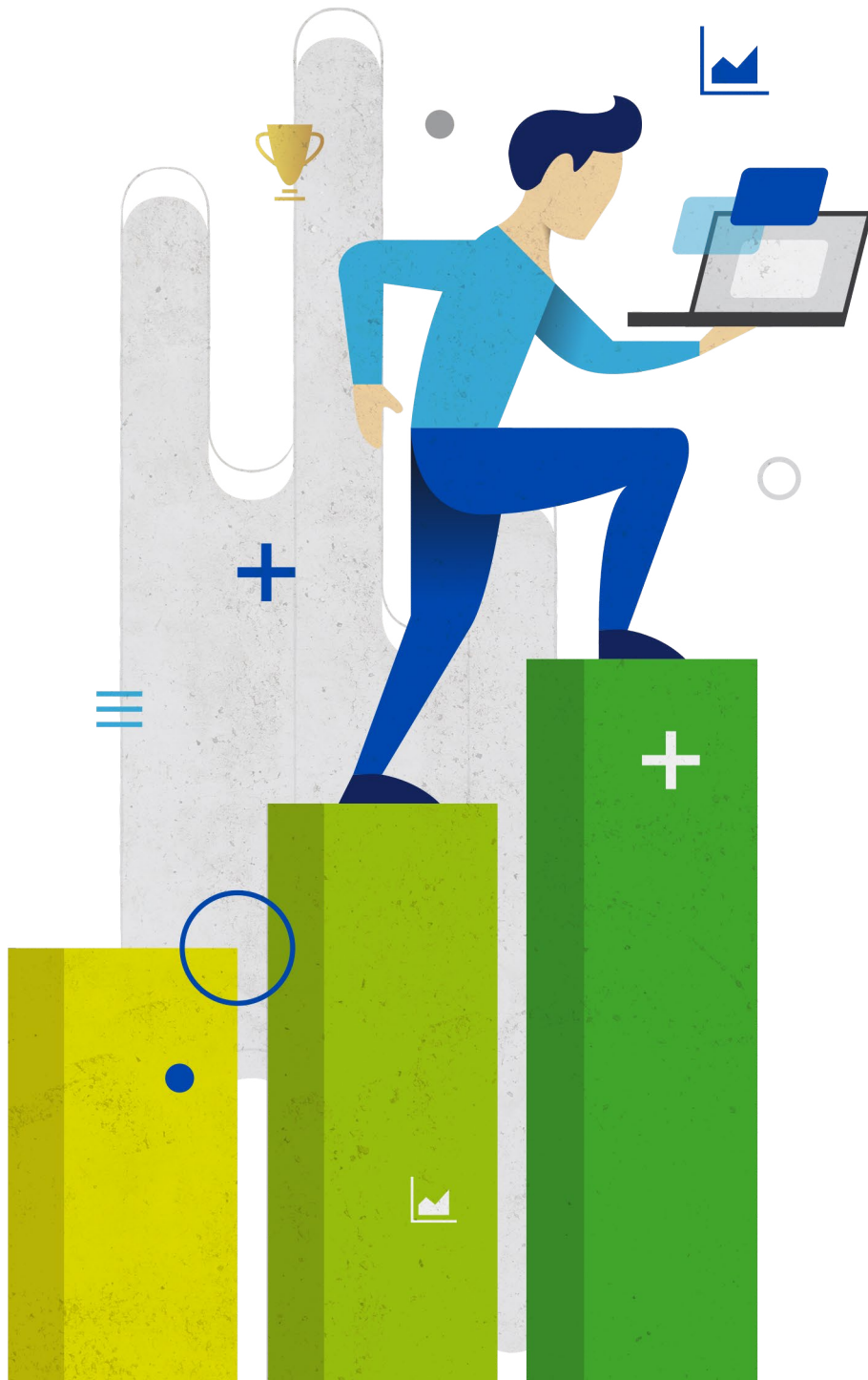
Ejemplos de presentación de KPI con información motivacional. Los mensajes pueden enriquecerse con materiales que respalden el trabajo de los representantes de ventas. Es posible variar el contenido de los mensajes dentro de un umbral para relacionarse mejor con la calidad del trabajo del representante.



Características clave del módulo

01. Casi todas las medidas y KPI para datos en el dispositivo (incluidos los datos de la tarea actual).
02. Visualización del valor actual del indicador y los valores deseados.
03. Posibilidad de adjuntar el documento a la medida (por ejemplo, pdf, pptx - definiciones de indicadores, materiales de capacitación).
04. Periodicidad y medidas en cascada.
05. Visualización de KPI en el contexto de la tarea, objeto, usuario.
06. Definiciones individuales de medidas y de KPI para diversos tipos de objetos, segmentos, regiones, escenarios, etc.
07. Rangos y cualquier cantidad de umbrales para los KPI que sirven como desencadenantes.
08. La conversión inmediata aumenta el grado de realización a través de acciones correctivas durante la misma visita, como por ejemplo: bonos, entrenamientos, encuestas, etc.





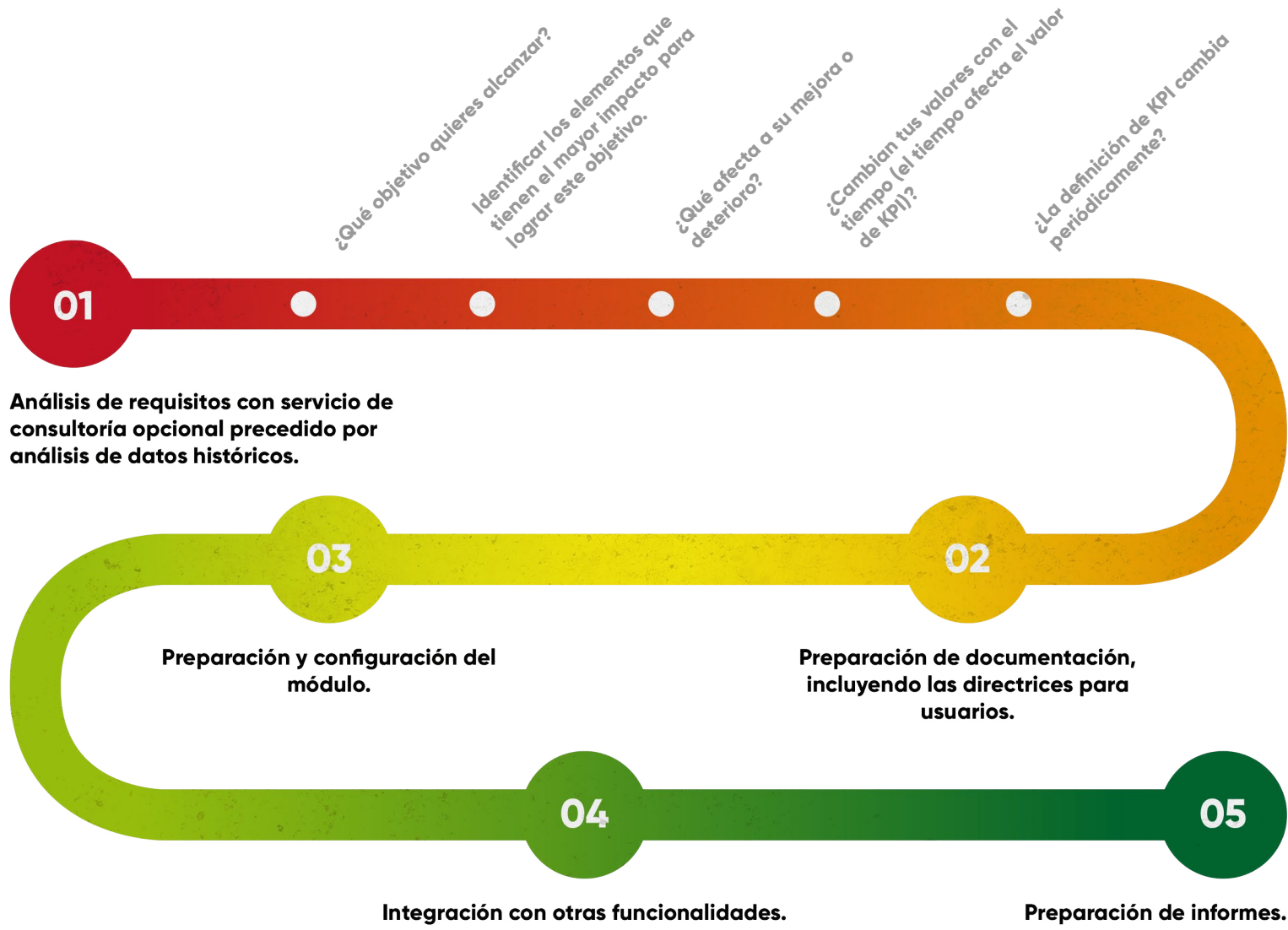
Beneficios

Independientemente de si la estrategia Perfect Store sea implementada en su empresa o si solo está pensando en implementarla, con la ayuda del módulo eLeader Perfect Store & Visit puede comenzar a mejorar de inmediato el trabajo en el campo desde el momento en que crea el primer KPI relacionado a los objetivos (a veces, este enfoque permite una entrada gradual y „suave” en el tema Perfect Store). Filtrando más datos en uno o más indicadores simples ahorra tiempo y energía consumidos al ver informes complejos.

Los representantes de ventas en el campo obtendrán una especie de navegación interna y motivación efectiva en los puntos de venta, gracias a lo cual la estrategia se implementará de manera consistente a nivel de cada tienda. Serán apoyados con la automatización especialmente diseñada (secuencias de actividades junto con lógica condicional) y motivación adicional activada por la gamificación.

Las reglas de una exhibición ideal desarrolladas en forma de consejos simples y conectadas a tareas o indicadores, por ejemplo en video o pdf, aumentará la calidad de la presentación del producto y, con el tiempo, gracias a la forma transparente de medición, dará lugar a un aumento visible de las ventas.

El curso de análisis y despliegue



Sobre eLeader

eLeader se encuentra entre los principales proveedores de soluciones de ejecución de tiendas minoristas, que respaldan la implementación de estrategias de ventas en el campo. Los sistemas móviles SFA / FFM desarrollados continuamente con inteligencia artificial mejorando por ejemplo la comercialización visual son reconocidos por las empresas de análisis globales (por ejemplo, Gartner, POI) y ha sido implementado por corporaciones internacionales en más de 80 países.

La compañía es la base del grupo eLeader, que también proporciona sistemas de banca móvil (Finanteq) y soluciones que automatizan el desarrollo de aplicaciones comerciales (Productive24). El equipo de eLeaderGroup está formado por más de 250 personas especializadas en soluciones empresariales móviles.

eLeader[®]
in smartphone solutions

eLeader Sp. z o.o / ul. Nałęczowska 16 / 20-701 Lublin, Poland
+48 81 536 96 90 / info@eleader.biz / Sales: +48 81 536 96 91 / sales@eleader.biz

www.eleader.biz

Clientela

Lenovo



B/S/H/



www.eleader.biz