

eLeader Perfect Store & Visit – gestion efficace par objectifs

Dans cet article, vous apprendrez:

01

-
Quelle est l'approche basée sur les indicateurs de performance clés pour la mise en œuvre de la stratégie sur le terrain.

02

-
Qu'est-ce que le module eLeader Perfect Store & Visit?

03

-
Dans quels domaines il est préférable de déployé le module eLeader Perfect Store & Visit.

04

-
Quels sont les avantages d'utiliser le module en référence à un magasin, une visite, un employé ou une période.

La théorie des grands objectifs

Les modèles de gestion modernes soulignent la nécessité de définir des objectifs comme points de repère sur la voie du succès. Peu importe qu'il s'agisse de la création d'étiquettes de produits, du volume des ventes, de la qualité de la formation, du temps nécessaire pour déployer des systèmes informatiques ou pour se positionner sur le marché.

Les objectifs exprimés en termes de temps, de quantité ou de relation dépendent de la situation individuelle de chaque organisation, mais dans tous les cas, la condition d'une gestion efficace par le biais d'objectifs est l'application du principe SMART lors de son identification.



Pour atteindre les objectifs de vente, de marketing ou de ressources humaines, il est essentiel d'optimiser de nombreux processus métiers se déroulant simultanément sur plusieurs plans. Dans le cas d'entreprises utilisant des travailleurs sur le terrain, cela implique de nombreux défis:

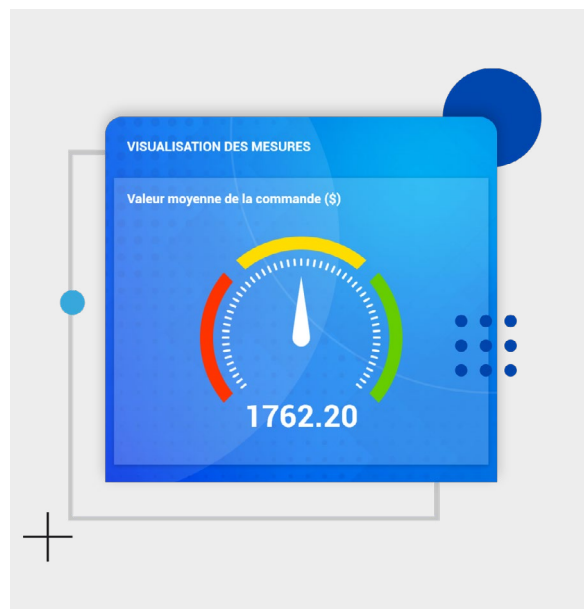
- Introduire une variété de données dans des indicateurs lisibles.
- Motivation des employés pour atteindre les objectifs.
- Travail compétent et efficace dans les points de vente.
- Influencer efficacement les consommateurs dans les magasins.
- la segmentation.

eLeader Perfect Store & Visit vous offre une réelle opportunité de gérer vos objectifs. Le module mesure et visualise les effets des opérations sur le terrain, en aidant et en motivant les représentants à exécuter les stratégies de vente, de marketing, d'exploitation et de ressources humaines de votre entreprise au plus haut niveau possible. Le module fournit des indicateurs de performance avancés, visuellement attrayants et avancés, pour tout objectif (stratégique ou opérationnel) remplaçant des rapports illisibles ou un coaching prenant du temps.



KPI - si vous ne le mesurez pas, vous ne pourrez pas l'améliorer

Pour atteindre des objectifs stratégiques, la condition de base est de mesurer ce qui les influence le plus. Le module de eLeader et une technique de gestion axée sur les objectifs supposent de leur attribuer des indicateurs généraux, clairs et



sans ambiguïté (KPI - Key Performance Indicator) qui expriment le degré de mise en œuvre de la stratégie. Par conséquent, KPI est l'opérateur de base du module eLeader Perfect Store & Visit.

Les premiers exemples d'indicateurs de performance clés les plus populaires utilisés dans la gestion de la force de terrain sont les suivants: nombre de produits vendus, efficacité des visites, volume des ventes, nombre de réclamations, nombre de visites effectuées, présence du produit sur les étagères, part du rayon, nombre de visites, durée moyenne des visites, etc.

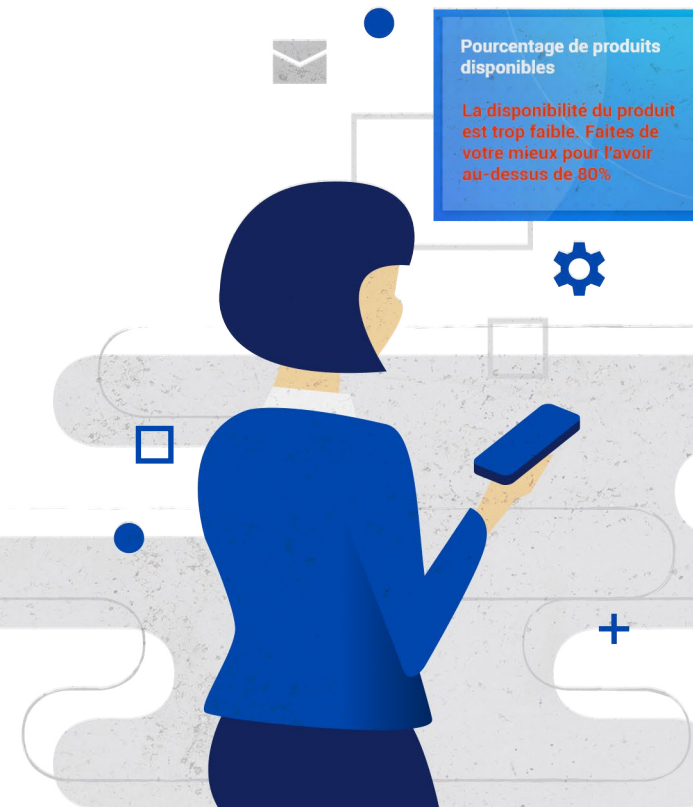
Les indicateurs de performance clés servent d'outil pour motiver les employés qui peuvent suivre les progrès de leurs activités et évaluer la quantité de travail qui doit encore être consacrée pour recevoir un bonus (pour plus de détails à ce sujet dans la section MOTIVATION).

Les indicateurs de performance clés sont également des signes avant-coureurs. Définition de niveaux critiques, par exemple pour le nombre de commandes ou de visites, associé à des alertes pertinentes, permet une analyse précoce du problème et une réaction appropriée (dans les indicateurs de performance clés, nous pouvons masquer de nombreux indicateurs partiels mesurant des secteurs d'activité sensibles).



Pourcentage de produits disponibles

La disponibilité du produit est trop faible. Faites de votre mieux pour l'avoir au-dessus de 80%

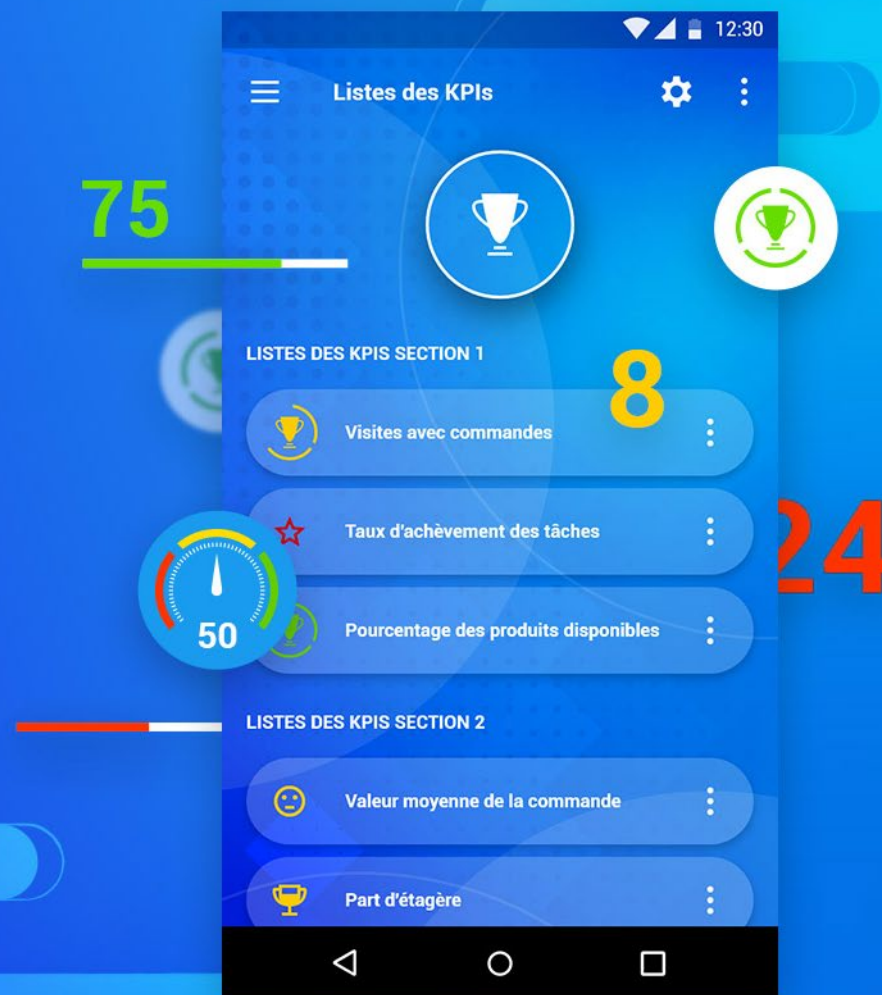


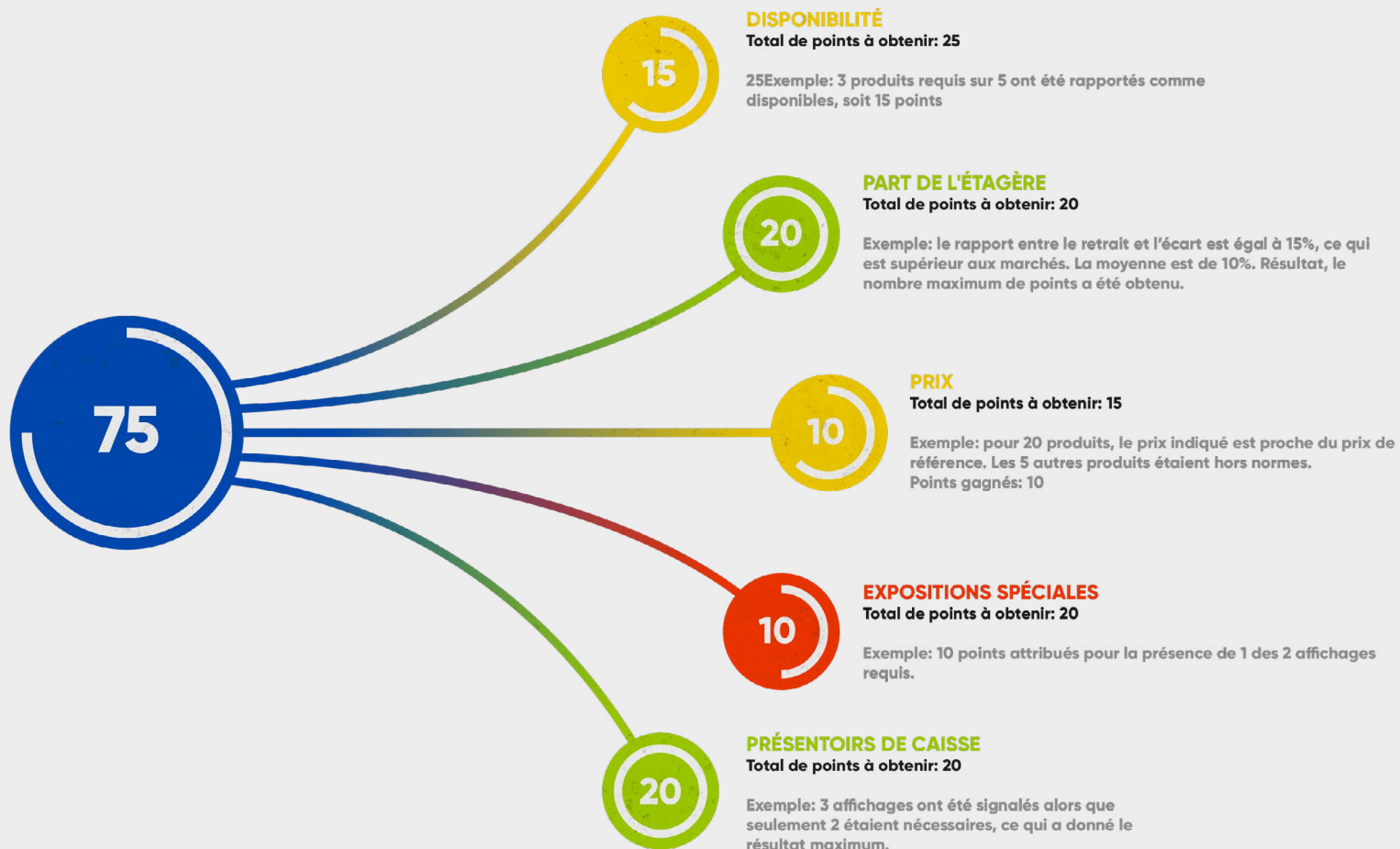
Domaines et voies d'optimisation

VENTES ET MERCHANDISING

La fonctionnalité «Perfect Store» sous sa forme «académique» est la possibilité d'exprimer la notation du magasin au moyen d'indicateurs de performance clés principalement liés à la qualité de l'affichage (par exemple, la part des étagères, la disponibilité des produits, la position). Ce qui est important, les indicateurs sont adaptés au segment approprié (défini par exemple en fonction du canal, de la taille, de l'emplacement, du nombre de caisses enregistreuses ou de l'infrastructure adjacente), de sorte que les résultats puissent être comparés plus facilement et que l'indicateur puisse être utilisé avec souplesse. pour différents types de magasins, et même pour chaque magasin individuellement.

Pour que la note Perfect Store reflète réellement l'état d'un magasin particulier, il faut veiller à ce que ses composants fassent référence à des facteurs qui ont un impact important sur les ventes. Parmi ceux-ci, la priorité est donnée aux indicateurs liés à l'affichage, notamment l'endroit où la plupart des consommateurs prennent leurs décisions d'achat.





Exemple d'implémentation du modèle Perfect Store & Visit. Le titre de magasin principal est attribué à un objet contenant au moins 70 points.

MOTIVATION

Le module eLeader Perfect Store & Visit axé sur les objectifs est un outil grâce auquel le superviseur motive les employés sur le terrain à être plus efficaces et applique simultanément les normes du travail de l'entreprise.

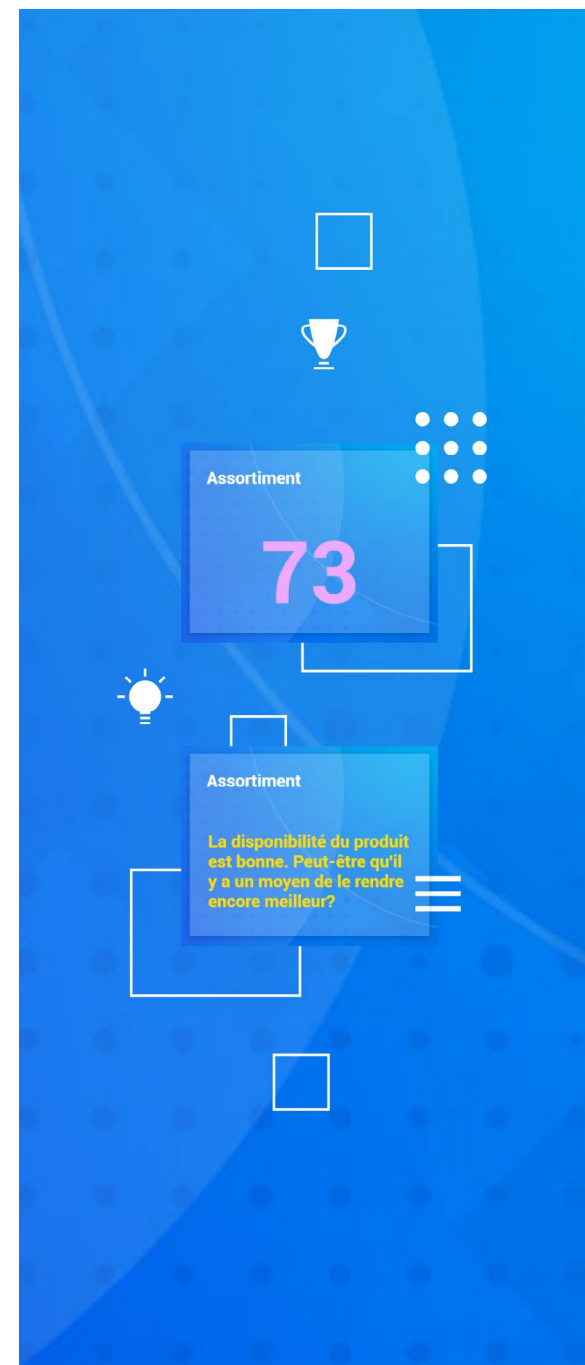
Le principal avantage de la solution est que les effets sont obtenus naturellement. L'UI de l'application permet de placer des indicateurs visualisés où les activités sont réalisées. Cela donne au représentant l'occasion de suivre en permanence l'avancement de ses travaux et de les évaluer de manière objective.

Par exemple: lorsque, au cours d'une visite, l'indicateur indique qu'un seul produit manque pour obtenir un bonus ou que l'ajout d'un «visage» sur l'étagère permet de dépasser la moyenne de la société, des réserves

de motivation supplémentaires sont déclenchées, permettant au représentant de: obtenir de meilleurs résultats.

Si nous mettons des motivations similaires dans les dispositifs de tous les représentants, nous pouvons parler de l'effet d'échelle qui a un impact réel sur l'ensemble de la stratégie de vente. Il convient de souligner que la prise de conscience des objectifs et la connaissance des facteurs qui influencent l'évaluation du travail remplacent de nombreuses activités de contrôle, heures de formation et causeries, qui se déroulent généralement à l'endroit et à l'heure du travail du représentant. KPI accompagne les représentants dans les magasins afin qu'ils puissent immédiatement prendre des mesures pour améliorer leur efficacité.

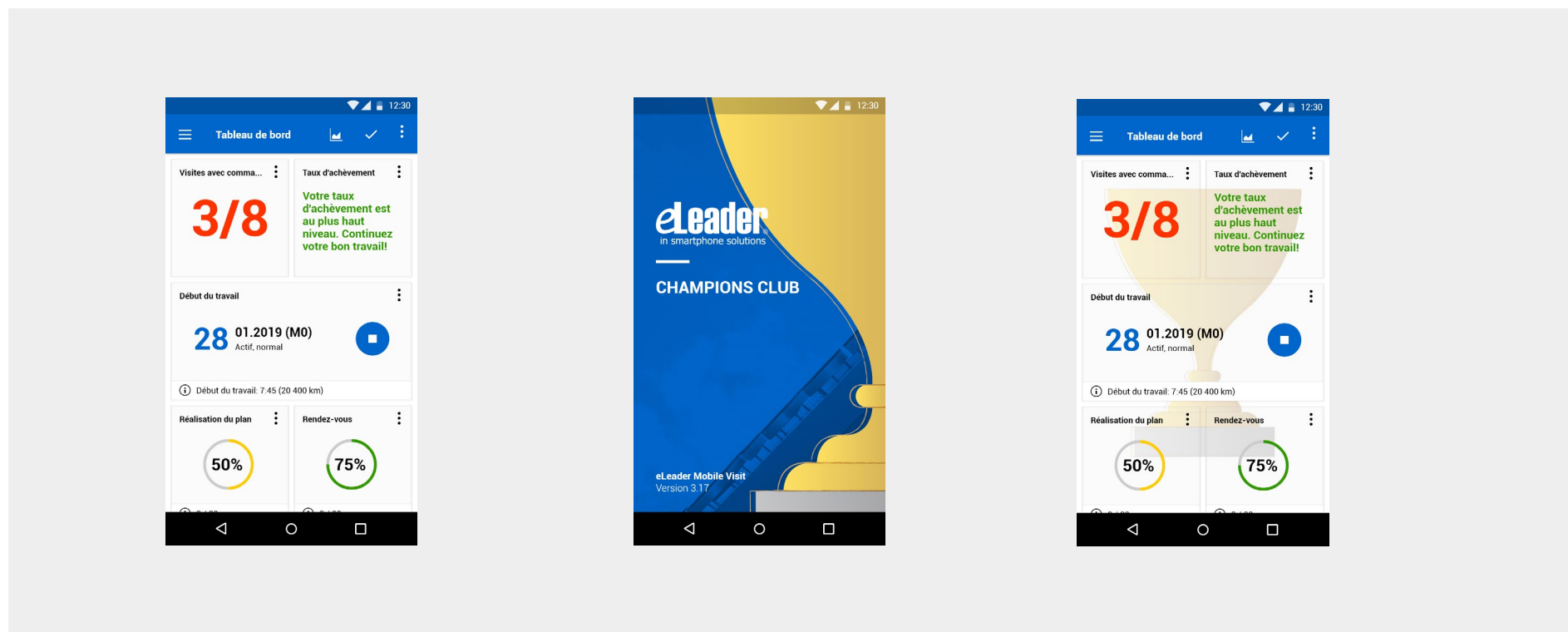
Les représentants sur le terrain estiment l'avantage de mettre en place un système d'évaluation de l'efficacité du travail basé sur des indicateurs simples et clairs (conformément au principe SMART). Dans de tels cas, ce sont souvent non seulement les résultats objectifs qui sont évalués (par exemple, le nombre d'appareils vendus) qui sont évalués, mais également ceux liés aux objectifs, à la moyenne de l'entreprise ou à d'autres employés occupant des postes similaires.



GAMIFICATION

Des KPI bien configurés pour les employés ouvrent la voie à la gamification, c'est-à-dire au processus d'atteinte des objectifs exprimés sous forme narrative. À cette fin, des mécanismes de jeu sont mis en œuvre qui vous permettent de franchir des étapes intermédiaires pour atteindre l'objectif principal. Le but de la ludification est d'élever le niveau de motivation par une compétition saine. L'évaluation des performances basée sur l'obtention de nouvelles réalisations dans les domaines d'activité clés aide l'employé à s'identifier à la mission et aux objectifs de l'entreprise.

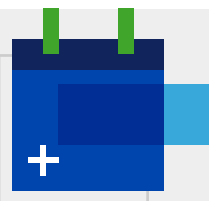
La créativité et le plaisir jouent un rôle important dans la gamification. Il suffit d'introduire quelques règles simples, accents et descriptions de base (papiers peints appropriés ou stylisation d'indicateurs), le reste étant complété par l'imagination humaine et notre tendance naturelle à la compétition sportive.



Voici un exemple d'une simple gamification du processus de vente et de sa visualisation pour l'un des clients d'eLeader.

DOMAINES SUPPLÉMENTAIRES DE OPTIMISATION

Les KPI peuvent être choisis librement en fonction des besoins de l'entreprise. On peut noter qu'hormis le domaine strict des ventes et du merchandising, nous pouvons organiser les indicateurs dans certains groupes logiques, ce qui permet une mesure complète de domaines entiers:



Mois parfait (semaine, jour itd.)

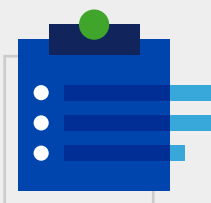
Cette approche consiste à sélectionner des KPI en les comparant aux mêmes périodes ou à l'idéal supposé. Le facteur principal ici est le temps, il est donc préférable de définir les indicateurs de performance clés que nous optimisons sur une période donnée. Cela peut être par exemple le nombre de commandes de nouveaux produits, leur rapidité de mise sur le marché, leur part dans l'étagère ou le nombre de visites effectuées.



Visite parfaite

Permet de mesurer et d'optimiser les indicateurs de performance clés liés aux visites, y compris leur qualité. Exemples de KPI: durée d'une seule visite, durée moyenne de la visite, durée moyenne du trajet jusqu'au point, pourcentage de visites ayant abouti à la passation d'une commande, nombre de produits dans le panier de commandes, valeur de la commande, valeur de la plainte, valeur de retour.

En effectuant des activités dans les magasins et en les référant aux indicateurs de performance, nous comblons le fossé entre les objectifs stratégiques de la société et les objectifs de chaque employé.



Tache parfaite

Voici un exemple de vue en coupe, particulièrement utile pour l'analyse approfondie et l'optimisation des opérations sur le terrain, par ex. par le biais de tests A / B. Si nous voulons identifier le meilleur moyen d'effectuer une activité ou une tâche donnée, nous associons un indicateur de performance clé à cette tâche, par exemple. taille de la commande ou le temps d'activité, et comparez les résultats.

De cette façon, nous apprenons quelle méthode d'exécution de la stratégie au niveau de la tâche offre / apporte le plus grand bénéfice à l'entreprise.

Employee parfaite

Permet de mesurer et d'optimiser les indicateurs de performance clés liés à la qualité de travail du représentant, par exemple le nombre de débuts ponctuels de travail, le nombre de tests réussis, le nombre d'activités optionnelles réalisées, le nombre de notifications / plaintes.



Travailler avec le module Perfect Store & Visit

Pour commencer à utiliser le module Perfect Store & Visit, vous devez définir les mesures sélectionnées à partir des données collectées dans le système (par exemple, des données trouvées dans les rapports les plus importants). Identifier et regrouper ceux qui sont le plus étroitement liés à nos objectifs nous permettra de déterminer nos indicateurs de performance clés. Les activités liées à la configuration des indicateurs de performance clés sont exécutées dans l'application WEB.

Dans l'étape suivante, les microdonnées (indicateurs) se voient attribuer des valeurs appropriées et le meilleur moyen de visualiser les données des KPI construits de cette manière est choisi, y compris la détermination des seuils lorsque l'apparence d'un indicateur donné change (par exemple, sa couleur).

Pourcentage de produits disponibles

75%

Couverture des points de vente

25

Visites avec commandes

6/8

Moyennes commandes



1762.20

Part d'étagère (%)

30

Nombres de visites effectuées aujourd'hui

8

Taux de réalisation de tâche



Taux de réalisation

Votre taux d'achèvement est au plus haut niveau. Continuez votre bon travail!

Nous pouvons présenter le niveau de réalisation des KPI à l'aide d'icônes, de nombres, de compteurs, de proportions, de texte ou de différents types de graphiques. Un choix aussi large permettra d'adapter parfaitement le formulaire au type, au contenu et à l'importance de l'information transmise.

Le processus de réalisation des indicateurs de performance clés peut être mesuré de manière continue (par exemple, pour les tendances) ou pour des intervalles de temps spécifiques (idéal pour une analyse comparative). Il est certain que certaines données devraient être envoyées aux utilisateurs de mobiles au moins une fois par jour, voire régulièrement.

Il est utile de planifier une révision des hypothèses sur des périodes sélectionnées (par exemple, tous les trimestres) afin que le déploiement de la stratégie mesurée par les KPI corresponde le mieux à la réalité de l'entreprise.

En outre, il est utile de préparer des messages spéciaux expliquant le statut de chaque indicateur, voire de les formuler sous forme de conseils ou d'avertissements incitant les représentants à accroître leur efficacité.

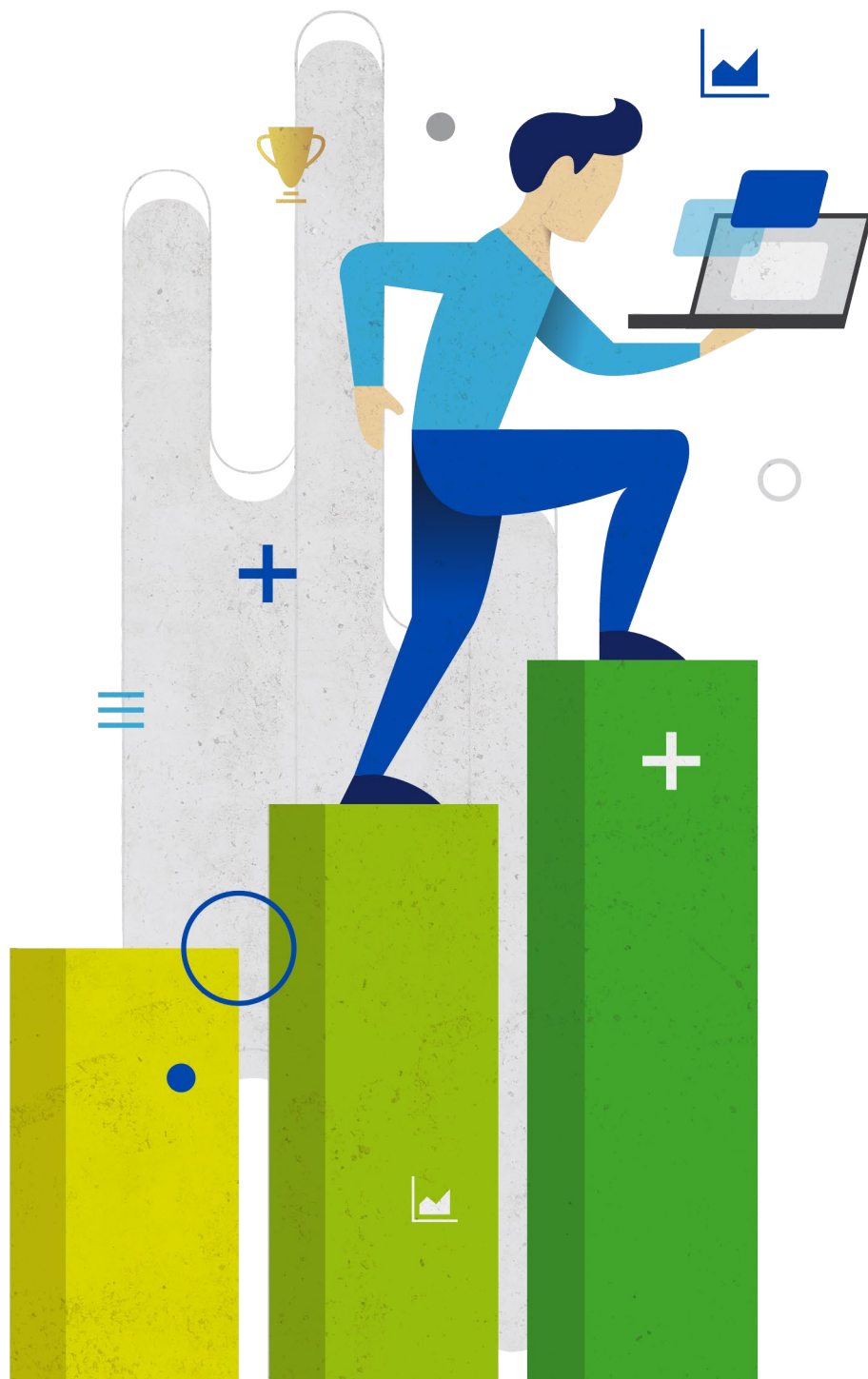
Exemples de présentation d'indicateurs de performance avec des informations de motivation. Les messages peuvent être enrichis avec du matériel facilitant le travail des représentants. Il est possible de faire varier le contenu des messages dans les limites d'un seuil afin de mieux correspondre à la qualité du travail du représentant.



Principales fonctionnalités du module

01. Presque toutes les mesures et indicateurs de performance clés pour les données sur le périphérique (y compris les données de la tâche en cours).
02. Visualisation de la valeur de l'indicateur actuel et des valeurs souhaitées
03. Possibilité d'attacher le document à la mesure (par exemple, pdf, pptx - définitions d'indicateurs, matériel de formation).
04. Périodicité et mesures en cascade.
05. Visualisation d'indicateurs de performance clés dans le contexte de la tâche, de l'objet et de l'utilisateur.
06. Définitions individuelles de mesures et d'indicateurs de performance clés pour divers types d'objets, de segments, de régions, de scénarios, etc.
07. Plages et nombre de seuils pour les KPI servant de déclencheurs.
08. La conversion immédiate augmente le degré de réalisation par des actions correctives au cours de la même visite, par exemple. bonus, formations, enquêtes, etc.





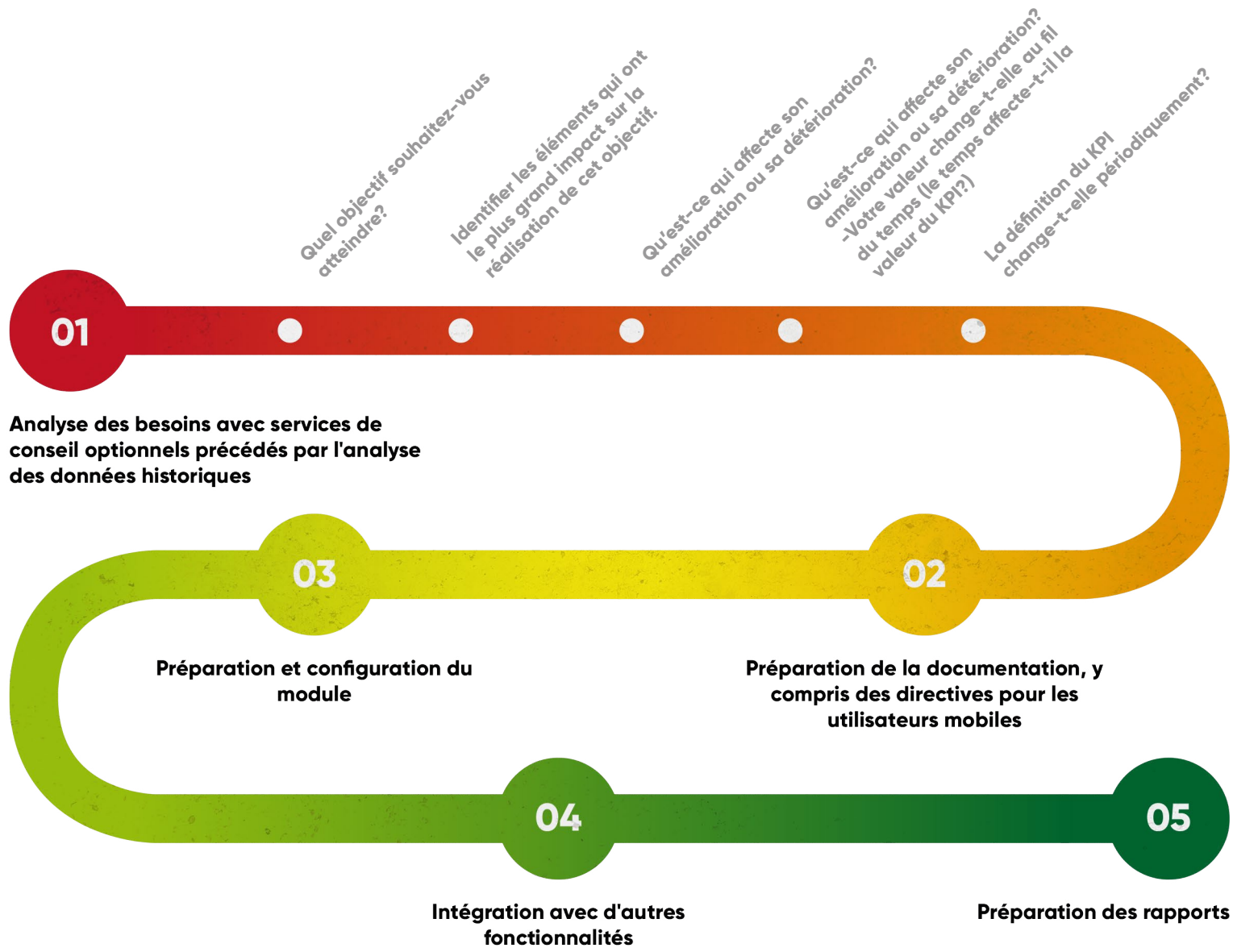
Avantages

Que la stratégie Perfect Store soit déjà en place dans votre entreprise ou que vous envisagez de la déployer, avec l'aide du module eLeader Perfect Store & Visit, vous pouvez immédiatement améliorer le travail sur le terrain dès la création du premier indicateur de performance clé associé aux objectifs (une telle approche permet parfois une entrée progressive et «douce» dans le thème Perfect Store). Filtrer plus de données dans un ou plusieurs indicateurs simples permet d'économiser du temps et de l'énergie par l'affichage de rapports complexes.

Les représentants des ventes sur le terrain bénéficieront d'une sorte de navigation interne et d'une motivation efficace aux points de vente, grâce à quoi la stratégie sera mise en œuvre de manière cohérente au niveau de chaque magasin. Ils seront soutenus par une automatisation spécialement conçue (séquences d'activités et logique conditionnelle) et par une motivation supplémentaire déclenchée par la ludification.

Les règles d'un affichage idéal développées sous la forme de simples astuces et liées à des tâches ou à des indicateurs, par ex. en pdf ou en vidéo, augmentera la qualité de la présentation du produit et, avec le temps, grâce à une méthode de mesure transparente, conduira à une augmentation visible des ventes.

Le parcours d'analyse et de déploiement



À propos d'eLeader

eLeader figure parmi les principaux fournisseurs de solutions d'exécution de magasins de détail prenant en charge le déploiement de stratégies de vente sur le terrain. Les systèmes mobiles SFA / FFM développés en permanence et dotés d'une intelligence artificielle améliorée, par exemple. le merchandising visuel est reconnu par les sociétés d'analyse mondiales (Gartner, POI, par exemple) et déployé par des entreprises internationales dans plus de 80 pays.

La société est à la base du groupe eLeader, qui fournit également des systèmes bancaires mobiles (Finanteq) et des solutions automatisant le développement d'applications commerciales (Productive24). L'équipe du groupe eLeader est composée de plus de 250 personnes spécialisées dans les solutions d'entreprise mobiles.

eLeader[®]
in smartphone solutions

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

www.eleader.biz

Clients

Lenovo



B/S/H/

Whirlpool

Tchibo



Lindt
MASTER SWISS CHOCOLATIER
SINCE 1845

www.eleader.biz