

ZARZĄDZANIE KANAŁAMI
SPRZEDAŻOWYMI I PRODUKTAMI
ENERGETYCZNYMI - JAK NAD TYM
WSZYSTKIM ZAPANOWAĆ

Agenda prezentacji

- Przedstawienie firmy
- Portfolio produktowe
- Nowa rzeczywistość
- Produkty energetyczne
- Kanały sprzedażowe
- Jak sprawnie zarządzać produktami i kanałami sprzedażowymi
- Podsumowanie prezentacji

Przedstawienie firmy

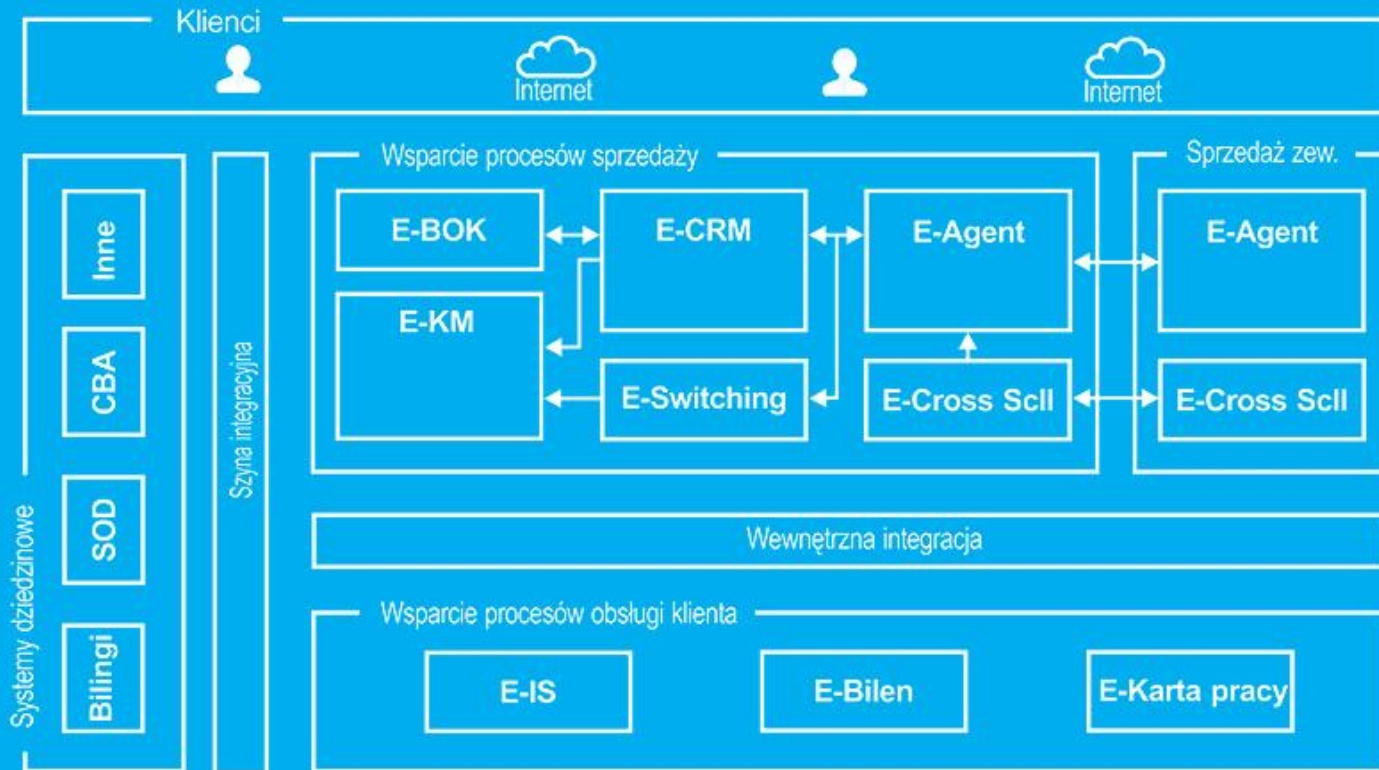


- Firma istnieje od 2009 roku;
- Osoby zatrudnione w naszej firmie posiadają kilkunastoletnie doświadczenie w realizacji projektów dla branży energetycznej.
- Rok 2011 to bardzo dynamiczny rozwój naszej firmy;
- Posiadamy kilka gotowych systemów dedykowanych dla firm obrotu energią;
- Wykonujemy oprogramowanie na zamówienie klienta;
- Specjalizujemy się w rozwiązaniach dedykowanych dla służb sprzedaży i obsługi klienta;
- **Z naszych systemów korzysta ponad 3000 użytkowników.**

- ESCCM – Enterprise Sales and Customer Care Management
 - E-CRM – system klasy CRM;
 - E-Agent – system wsparcia sprzedaży pośredniej;
 - E-Switching – system wsparcia zmiany sprzedawcy dla spółek obrotu;
 - E-BOK – elektroniczne biuro obsługi klienta;
 - E-CrossSell – system wspierający sprzedaż produktów powiązanych;
 - E-KM – kokpity menadżerskie;
- E-KP – system rejestracji czynności wykonywanych przez pracowników;
- E-Bilen – system wspierający pobieranie odczytów od dystrybutorów;
- E-IS - systemu wspierający rozliczenia niezbilansowania;
- KPS – system wspierający tworzenie profili standardowych;

Architektura rozwiązania

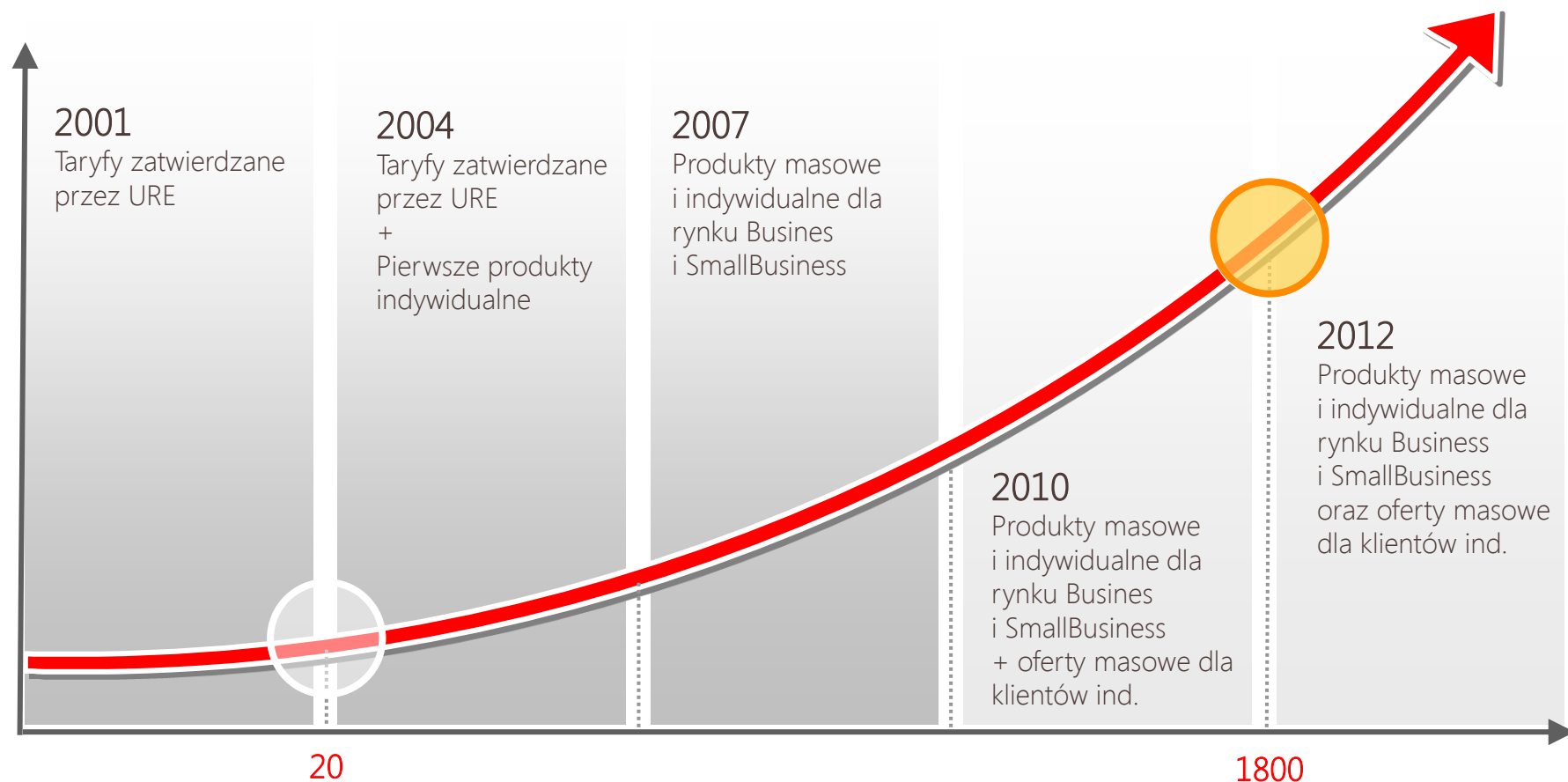
ARCHITEKTURA



- Pełne uwolnienie rynku dla obszaru biznesu - 2007 rok
- Spółki obrotu rozpoczynają pogoń za klientem:
 - Budują bogatszą ofertę;
 - Zwiększają ilość produktów;
 - Pojawiają się produkty wiązane;
 - Rozpoczyna się współpraca z partnerami;
 - Zapoczątkowana zostaje sprzedaż przez CC i WWW

- Lata 2001-2007: Taryfy energetyczne zatwierdzone przez URE
- Lata 2007-dziś:
 - Taryfy zatwierdzone przez URE;
 - Produkty dedykowane dla biznesu;
 - Masowe (410)
 - Indywidualne (1360)
 - Produkty dedykowane dla klientów indywidualnych;
 - Masowe

Wzrost ilości produktów



Jak sprawnie zarządzać produktami ?



- Nie wystarczy przygotować produkt i sprzedać go klientowi;
- Zminimalizować ilość źródeł powstawania produktów;
- Prowadzić centralny rejestr produktów;
- Potrafić przypisać produkt na poziomie oferty i umowy do danego klienta;
- Przekazać informacje o danym produkcie i kliencie do systemu bilingowego wraz z zachowaniem relacji pomiędzy tymi obiektami.

□ E-CRM

- Zarządzanie wszystkimi produktami oferowanymi klientom:
 - Masowe;
 - Indywidualne;
 - Wariantowe;
- Nadzór nad przypisaniem produktu do umowy i klienta
- Informacje o produktach przekazywane do aplikacji wspierających
- Przekazywanie informacji o kliencie i produkcie do bilingu (zwrotna kontrola przypisanego do klienta produktu w bilingu)

- Call Center
 - Wewnętrzne i zewnętrzne infolinie sprzedażowe
- Biura Obsługi Klienta
 - Dotychczasowa sieć biur
 - Nowo tworzone punkty
- Sprzedaż pośrednia
 - Agenci
 - Brokerzy
- Internet
 - Własne strony spółek obrotu
 - Platformy kalkulacji oszczędności

Kanały sprzedażowe



Uwarunkowania zarządzania kanałami sprzedażowymi



- Różne produkty sprzedawane przez różne kanały;
- Różny sposób rozliczenia za wykonaną sprzedaż;
- Przypisywanie planów sprzedażowych do poszczególnych kanałów i monitorowanie ich realizacji;
- Różne aplikacje do obsługi poszczególnych kanałów;
- Problemy z raportowaniem wykonanej sprzedaży;

Jak sprawnie zarządzać kanałami sprzedażowymi?



- Jedna dedykowana aplikacja;
- Obsługa wszystkich kanałów z jednego miejsca;
- Zarządzanie wszystkimi użytkownikami z jednego miejsca;
- Zarządzanie pełnomocnictwami;
- Spółka obrotu udostępnia narzędzie a nie partner;
- Szybkie rozliczanie wykonanej sprzedaży;
- Jednolity model raportowania;
- Analityka w podziale na poszczególne kanały;
- Pełna kontrola procesu sprzedaży w poszczególnych kanałach.

Jak sprawnie zarządzać kanałami sprzedażowymi?



□ E-Agent

- Jednolite narzędzie udostępniane przez spółkę obrotu wszystkim partnerom;
- Zarządzanie poszczególnymi kanałami sprzedażowymi;
- Ewidencja wszystkich użytkowników wew. i zew. spółki obrotu wraz z zarządzaniem pełnomocnictwami;
- Komunikacja wew. pomiędzy menadżerami a handlowcami;
- Obsługa różnych modeli rozliczeń za wykonaną sprzedaż;
- Wsparcie procesu ofertowania;
- Automatyzacja generowania umów;
- Wsparcie procesu odnawiania umów;
- Obsługa upominków.

- Spółki obrotu powinny posiadać narzędzia do zarządzania produktami i kanałami sprzedaży;
- Właściwe zarządzanie produktami = lepsza jakość obsługi klienta;
- Kontrola nad kanałami sprzedaży = pewna informacja nt. planów sprzedaży i ich realizacji;
- **Systemy EBICOM wspierają zarządzanie produktami i kanałami sprzedażowymi – kompleksowe rozwiązania dla spółek obrotu;**



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ

EBICOM Sp. zo.o.
ul. Sokolska 65, Katowice
e-mail: biuro@ebicom.pl
www: www.ebicom.pl