

«Универсал спец материал»: как развивать продажи? Кейс сертифицированного консультанта по управлению Юрия Лоханова

Компания «Универсал спец материал» (УСМ) работает на рынке b2b и b2c, она производит, продает и при необходимости доставляет минеральные удобрения. Продажи ведутся в том числе и через региональных дистрибьюторов. Штат более 1800 человек. Головной офис в Москве и 15 представительств в регионах. Заказчики - два руководителя – основателя, которые в равных долях в совокупности владеют контрольным пакетом акций. Они же Председатель совета директоров и генеральный директор.

Изначально являлись производственниками и смогли наладить действующее производство.

Рынок минеральных удобрений является высококонкурентным. Основные клиенты «УСМ» - это дистрибьюторы и сельскохозяйственные производители. Понятны их основные формальные параметры, но знаний про клиентов у «УСМ» недостаточно. Они хотели бы добиться этих знаний от своих региональных представителей, и связать это с увеличением продаж. «УСМ» может поставлять большие объемы своего товара, но хотела бы поэтапно выходить из эконом сегмента.

Руководство компании «УСМ» предполагает, что они предоставляют конкурентный сервис и готовы поддерживать обучение продавцов. Но что в первую очередь надо у них развивать не очень понятно.

Также руководители понимают, что у них значительные сложности и конфликтные ситуации при кросс функциональном взаимодействии. Существуют регламенты работы каждого из подразделений, но при межфункциональном взаимодействии возникают конфликтные ситуации.

В настоящий момент в компании появились новые руководители подразделений. От них требуют наладить взаимодействие и четкие клиентоориентированные процессы. Но пока это не принесло существенного результата.

Первичная формулировка запроса руководства состоит в следующем:

1. Как начать налаживать процессное управление.
2. Как развивать продажи и чему учить продавцов.

Вопрос для консультантов: каковы первичные направления сбора информации при анализе менеджмента? процессов? клиентов? HR?

Этап консультативной работы: сбор первичной информации для подготовки плана действий по консультированию

Цель: подготовить предложение этапов консультационных действий

Продукт: подготовленный План действий