

CASE STUDY

MIĘDZYNARODOWY KONCERN TYTONIOWY

MOŻLIWOŚĆ

Klient chciał poprawić sprzedaż w miastach obsługiwanych przez hurtowników, którzy osiągnęli znacznie słabsze wyniki niż jego przedstawiciele na porównywalnym terenie. Zauważono bowiem znaczne różnice w poziomie dystrybucji, dostępności, poziomie zapasów oraz ekspozycji. Klient potrzebował więcej ludzi pracujących bezpośrednio dla niego - pilnie.

AKCJA

W ciągu 4 tygodni wprowadziliśmy 170 Doradców Handlowych do pracy obok hurtowników. Odwiedzano 51.000 sklepów (detal), każdy co dwa tygodnie. Naszym zadaniem była sprzedaż ex-car, jak i egzekwowanie standardów ekspozycyjnych oraz rozmieszczanie materiałów marketingowych.

REZULTAT

Udział w rynku - odnotowany przez AC Nielsen - zwiększył się o 1% w ciągu 3 miesięcy od rozpoczęcia działań. Poziom dystrybucji podwoił się w przypadku dotychczasowych produktów. Nowo wprowadzane marki osiągnęły poziom 77% w mniej niż 3 miesiące.

MIĘDZYNARODOWY PRODUCENT WYROBÓW CZEKOLADOWYCH

MOŻLIWOŚĆ

Badania potwierdziły dużą możliwość na umieszczenie ekspozytorów w sklepach obsługiwanych przez podhurt klienta.

AKCJA

Rozwinęliśmy siły sprzedaży 30 Doradców Handlowych, dokonaliśmy wizyt w 22.000 sklepów w okresie 9 tygodni.

REZULTAT

Przy efektywności (zamówienie na wizytę) ponad 60% umieściliśmy ponad 13.000 nowych ekspozytorów. Zwiększyło to penetrację materiałów ekspozycyjnych z 7% sklepów na wejściu do ponad 70% na wyjściu.

DUŻA POLSKA FIRMA Z BRANŻY TŁUSZCZOWEJ

MOŻLIWOŚĆ

Przy wprowadzaniu na rynek nowej margaryny klient chciał poprawić dystrybucję produktu tak, aby intensywna kampania reklamowa była bardziej skuteczna i aby konsumenci mieli łatwy dostęp do produktu.

AKCJA

W ciągu 12 tygodni akcji odwiedziliśmy 20.000 sklepów - każdy z nich odwiedzony był dwukrotnie. Narzędziem do budowania dystrybucji były zamówienia zbierane na rzecz lokalnych dystrybutorów produktów naszego klienta.

REZULTAT

Osiągnęliśmy blisko 40% wzrost dystrybucji produktu objętego akcją, co miało bardzo duży wpływ na sukces produktu oraz udrożniliśmy zastate hurtowe kanały dystrybucji.

W POLSCE JEST PONAD **120 TYSIĘCY SKLEPÓW**
WIESZ DO ILU Z NICH DOCIERASZ?

SALES MACHINE™

iqfm

LEASING SALES FORCE | MERCHANDISING SPECIALISTS

IQFM Sp. z o.o., ul. Pruszkowska 29B, 02 - 119 Warszawa, tel. (0-22) 895 26 10, fax. (0-22) 895 26 11

Współpraca:

W języku angielskim: paul.bailey@iqfm.pl

W języku polskim: robert.wagner@iqfm.pl

Informacje ogólne: iqfm@iqfm.pl

Zatrudnienie: praca@iqfm.pl

www.iqfm.pl

masz problem ze sprzedażą, dystrybucją lub merchandisingiem?

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI - POMOŻEMY!

www.iqfm.pl

IQFM jest angielsko-polską firmą sprzedażowo-marketingową specjalizującą się w field marketingu.

Dostarczamy klientom Zewnętrzne Zespoły Sprzedażowe, które są przez nas rekrutowane, szkolone oraz zarządzane i kontrolowane.

Field Marketing to światowy przemysł - ogromny w Stanach Zjednoczonych i w Europie zachodniej (angielski magazyn "Marketing" szacuje jego obroty w UK na przełomie lat 2003/2004 na ponad 700 milionów dolarów). IQFM jest główną siłą przyczyniającą się do gwałtownego rozwoju tej branży na Polskim rynku.

IQFM dostarcza kontraktowe [zewnętrzne] zespoły ludzi do prowadzenia sprzedaży i dystrybucji w imieniu klienta.

Ten "leasing sił sprzedażowych" gwarantuje klientom elastyczność, efektywność oraz pewność dobrze zainwestowanych pieniędzy.

Zewnętrzne zespoły handlowców dostarczane przez IQFM wykonują pracę na takim samym wysokim poziomie jak własne siły sprzedaży klienta, ale jednocześnie przy niższych kosztach.

Produkty naszych klientów można znaleźć w ponad 120.000 sklepów w kanale tradycyjnym.

Ogromne nakłady związane z utrzymaniem własnej struktury sprzedażowej (koszt stały) powodują, że pokrycie przez własnych Przedstawicieli Handlowych całego rynku nigdy nie będzie ekonomicznie uzasadnione. Dlatego producenci współpracują z IQFM zarówno przy długoterminowych projektach, jak i krótkoterminowych akcjach sprzedażowo dystrybucyjnych - możemy dotrzeć do takiej liczby sklepów, jaka jest wymagana do realizacji celów sprzedażowych czy marketingowych każdego producenta.

Jesteśmy specjalistami w działaniach sprzedażowych na rynku tradycyjnym, ale nasze bogate doświadczenie i wiedza na temat sprzedaży pozwalają nam na wprowadzanie nowych rozwiązań merchandisingowych, również w rynku nowoczesnym.

W kanale nowoczesnym dużą trudność sprawia producentom egzekucja warunków współpracy wynegocjowanych z sieciami supermarketów tzn. co innego kontrakt i planogram, a co innego prawdziwa sytuacja na półce w supermarkecie.

Dlatego firmy decydują się na wynajmowanie całych armii merchandiserów. Ale czy pracownik zatrudniony na "godziny", który kończąc wykładając jogurty przechodzi na kosmetyki, jest na pewno tym, który może zrealizować cele stawiane przez producenta? Według IQFM merchandising jest przysłowiową "kropką nad i" więc będąc dopełnieniem procesu sprzedaży nie występuje samodzielnie.

Dlatego w naszej ofercie znajduje się usługa **MERCHANDISING PLUS**™, gdzie zadaniem merchandisera jest dbanie o prawidłową ekspozycję produktów naszego klienta na równi z generowaniem zamówień, rozszerzaniem asortymentu w ramach kontraktów z sieciami oraz organizacja dodatkowych ekspozycji i edukacja personelu sklepu.



OSTATNIO NAM ZAUFALI :

	ALTADIS POLSKA
	DANNEMANN
	DANONE
	ENERGIZER
	EUROCASH
	FERRERO
	IMPERIAL TOBACCO
	KRUSZWICA
	NESTLE WATERS
	PROCTER & GAMBLE
	RAISIO
	ZIOŁOPEX

Lista naszych klientów, znajduje się również na naszej stronie internetowej.

KLIENCI OCENIAJĄ

BRITISH AMERICAN TOBACCO

Sales & Marketing Director - Robert Dunham:

Jesteśmy dumni, że przez ponad dwa lata nasza współpraca z IQFM układała się tak wspaniale. Dzięki niej umocniliśmy naszą pozycję rynkową. Wprowadzenie papierosów Pall Mall i Golden American 20s jest niewątpliwie efektem wysiłku i zaangażowania całego zespołu IQFM.

PILLSBURY POLSKA

General Manager - Tom Hunter:

W jedynie 3 krótkie miesiące, dzięki wsparciu IQFM, nasza sprzedaż podwoiła się. Bez wahania polecam ich ze względu na ich profesjonalizm, szybkość reagowania i elastyczność.

FERRERO POLSKA

Marketing Director - Luc Poniewiera:

Zatrudniliśmy IQFM do odwiedzenia 25.000 nowych sklepów, które nie były dotychczas odwiedzane ani przez naszych handlowców, ani przez naszych autoryzowanych dystrybutorów. Z sukcesem osiągnęli narzucone przez nas cele dystrybucyjne - realizując robiący wrażenie poziom 70% - i generalnie podobało nam się ich podejście do biznesu. Planujemy dalszą współpracę.

ANIMEX S.A.

Member of the Board - Michał Dominik:

IQFM zrekrutowało zespół, którego zadaniem było wyszukanie, rozpoznanie i wyselekcjonowanie do obsługi sklepów o dużym potencjale. Przeprowadzony według wysokich standardów audyt punktów detalicznych zakończył się sukcesem. IQFM szybko odpowiedziało na nasze zapotrzebowanie, pomogło stworzyć kwestionariusz badań, zatrudniło dobrych ludzi i dostarczyło bardzo dobry raport końcowy oraz bazę danych.

