

# Prodajni proces uskladjujemo s principima poslovne izvrsnosti

Mladen Barić  
odgovoran je za  
prodajni proces  
u kompaniji



PRIPREMILI: *Jadranka Lončar i Stanislav Marušić*

FOTO: *Stanislav Marušić*

Pretvoriti svaku poslovnu priliku u profitabilni posao nije u današnjim uvjetima sve oštrije konkurencije na tržištu informacijskih i komunikacijskih tehnologija nimalo jednostavno. Upravo zbog toga što su konkurenti agilni, udružuju se u sve snažnije organizacije, povezuju se s partnerima, što lansiraju nove modele prodajnih ponašanja i uvjeta, valja u prodajnim procesima definirati jednostavne i učinkovite postupke koji će osigurati brzo i ekonomično pretvaranje poslovnih prilika u zaključene ugovore.

Naša kompanija je u kontekstu svojih prodajnih aktivnosti jedan od najsofisticiranih poslovnih sustava u zemlji – uz poslovanje na domaćem tržištu, bavimo se i izvozom usluga na interno Ericssonovo tržište te izvozom rješenja, sustava i usluga u zemlje regije i neke azijske zemlje. S obzirom na različitost tržišnih uvjeta u kojima djelujemo te složenost visokih tehnologija koje plasiramo definirali smo prodajni proces koji pokriva sve aktivnosti od trenutka prepoznavanja poslovne prilike do trenutka kada je ugovor ispunjen i realiziran u potpunosti s naše i kupčeve strane. Postoji čitav niz drugih procesa koji su naslonjeni na prodajni proces, međutim on je ključan za prodaju i angažman drugih jedinica.

„Dobro razrađeni prodajni proces koji u svakoj fazi precizno definira aktivnosti koje treba napraviti i koje obavezne dokumente treba izraditi i arhivirati usmjeren je na povećanje naše učinkovitosti u prodaji i smanjenje operativnih troškova prodaje. U okviru ovoga programa

kreirali smo i baze podataka kao podsjetnike na parametre koje svakako treba uzeti u obzir prije nego što se donese odgovarajuća poslovna odluka. Arhiviranje ovih baza informacija osigurava mogućnost naknadne kontrole parametara na temelju kojih je donesena poslovna odluka, a nudi se i mogućnost učenja iz najboljih praksi,” komentira Mladen Barić koji je u Ericssonu Nikoli Tesli odgovoran za provedbu, praćenje i unaprjeđenje prodajnog procesa.

U ovom poslu on nije sam budući da je u sklopu projekta formirana grupa tzv. šampiona prodajnog procesa koju čine predstavnici kompanijinih prodajnih organizacija i stručnjaci za financije, nabavu, logistiku, usluge i cjelovita komunikacijska rješenja. Proces teži da ukupni angažman svih resursa kompanije u pokušaju pretvorbe neke poslovne prilike u profitabilan posao bude adekvatan značaju te poslovne prilike za kompaniju, a pri tome posebno valja voditi računa o mogućim rizicima. Što je rizik veći, to više resursa treba angažirati, ukoliko se odluči da je rizik s obzirom na značaj prilike za kompaniju prihvatljiv.

Na kraju, važno je istaći kako u procesu postoje kontrolne točke koje služe provjeri je li prodajna organizacija dala, odnosno, jesu li izvršne organizacije primile sve relevantne informacije nužne za efikasno izvršenje ugovora u sljedećoj fazi procesa koja se odvija u tim jedinicama. To je preduvjet za kvalitetno izvršenje ugovornih obveza jer sadrži i procjenu mogućih poteškoća u realizaciji ugovora te postupke koje treba poduzeti da se utjecaj tih poteškoća svede na minimum. Osim bržeg, ekonomičnijeg i jednostavnijeg izvršenja ugovora u našoj kompaniji to jamči i kvalitetniju realizaciju i veće zadovoljstvo kupca, a to je ono u čemu svi zajedno težimo.



\*SDP – Sales Decision Point (donošenje prodajne odluke)

Ericssonov korporativni projekt nazvan Sales Way Forward koji je pokrenut još 2003., a zaključuje se u ovoj godini, bio je katalizator učinkovitosti u ostvarivanju ukupne prodaje korporacije u zadnjim godinama. Uvažavajući dinamičnost tržišta informacijskih i komunikacijskih tehnologija u okviru ovoga projekta posebne strategije su osmišljene za poticanje prodajne kulture usmjerene na visoke performanse. Kao veoma značajan prodajni i marketinški kanal prema više od deset tržišta Srednje i Istočne Europe te Srednje Azije, Ericsson Nikola Tesla primjenjuje ovaj okvir kako bi postigao što bolje prodajne rezultate.