

lekšējās sadarbības pilnveidošana ātrākai jaunu produktu ieviešanai



Dace Poļāčenoka,
valdes priekšsēdētāja

Komanda



Jaunu produktu ieviešana

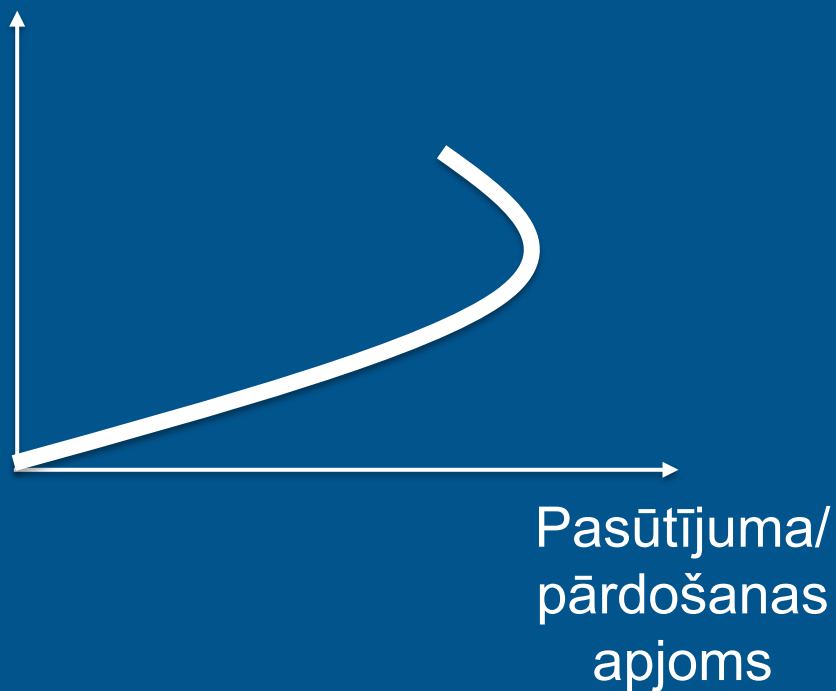
Pilns produkta dzīves cikls - no idejas līdz precei pie klienta



- Produktu komanda atrodas Latvijā – iepirkumi visiem mūsu uzņēmumiem
- Automatizēta iepirkumu programmatūra – vairāk automatizācijas, mazāk kļūdu un cilvēkresursu

Mūsu izaicinājums

Sortimenta
vienības



- Atrast sortimenta pareizo apjomu
- Izstrādāt produktu, kuram paši ticam
 - Īsā laikā
 - Par konkurētspējīgu cenu

Darba grupa



Procesa analīze



Pilns produkta cikls (process)

Ideja



Prece pie
klienta

- Produktu izstrādāšana
- Prezentēšana iepircējiem – idejas aizstāvēšana
- Mārketinga plāna izstrādāšana
- Pasūtījuma izvietošana
- Produkta ražošana
- Loģistika
 - Paralēli pārdevēju apmācīšana,
 - Produkta reklamēšana – tirgus sildīšana
- Preces pieņemšana noliktavā
- Preču izvietošana
- Preču pārdošana

Ko darīt tālāk?

Mērķis - samazināt produkta izstrādes laiku līdz 1-1,5 gadam

- **No idejas līdz produktu izstrādāšanai**

- Sortimenta apjoma rāmis (ja liekam jaunumu, kaut kas jāņem ārā)
- Analīzes instrumenti
- Kas dod zaļo gaismu?

- **Mārketinga plāna izstrādāšana**

- Produkta tēze - atbalsts produkta virzībai.
- WIIFM (biznesa klients, gala patērētājs)

- **Pārdevēju apmācības**

Galarezultāts - Skaidrs process visiem un definēta atbildība

Manas būtiskākās atziņas

- **Jāsāk ar pamatprincipiem**, ja process virza mūs, nevis mēs pārvaldam procesu, tad tas vienmēr būs ilgi un haotiski
- Komanda var būt efektīva, ja katrs skaidri **zina savu atbildību**
- Jāatrod pareizā metode un rīks – kas nodrošina vieglu, ātru un visiem **saprotamu informācijas apmaiņu** un uzkrāšanu
- Jo vairāk cilvēku (starptautiskā mērogā) iesaistīti, jo vairāk viedokļu un grūtāk pieņemt lēmumus, jāzina **kāds ir katra iesaistītā vārda spēks**.
- **Pieturos pie principa par pārdošanas apjoma proporciju**

salmo 

30 gadi