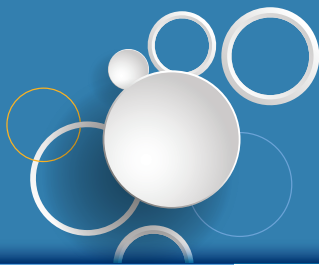


CASE STUDY
L'ORÉAL**L'ORÉAL**
PARIS

Η Λ'ΟΡÉΑΛ ΒΕΛΤΙΣΤΟΠΟΙΕΙ ΤΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΜΕ ΤΟ ENTERSOFT MOBILE SFA

Κλάδος

FMCG

Προφίλ Πελάτη

Η L'Oréal υπηρετεί την ομορφιά για περισσότερα από 100 χρόνια. Ως η κορυφαία εταιρία στον κλάδο παγκοσμίως, η L'Oréal είναι παρούσα σε όλα τα δίκτυα διανομής: μαζική αγορά, πολυκαταστήματα, φαρμακεία, κομμωτήρια, επώνυμο λιανικό εμπόριο και e-commerce.

Χρήστες

150

Πρόκληση

Ο στόχος της L'Oréal ήταν να ενισχύσει την παρουσία της σε σημαντικά σημεία πώλησης, συμπεριλαμβανομένων των φαρμακείων, των σούπερ μάρκετ, των ινστιτούτων αισθητικής και των καταστημάτων καλλυντικών. Ο ανταγωνισμός σε αυτόν τον συγκεκριμένο κλάδο είναι σκληρός, καθώς κάθε εταιρεία διεκδικεί το δικό της μερίδιο στην αγορά.

Λύση

Entersoft Mobile SFA®

Πλεονεκτήματα

- Προγραμματισμός λανσαρίσματος προϊόντων βάση της ανάλυσης stock-in-trade
- Ελαχιστοποίηση των «άσκοπων» επισκέψεων
- Βελτιωμένες και ελεγχόμενες εκπτώσεις για όλες τις αλυσίδες FMCG
- Παραγγελίες μέσω φωτογραφιών
- Αποτελεσματική παρακολούθηση του μεριδίου στο ράφι, σε σχέση με τους στόχους
- Εξάλειψη των διασταυρωνόμενων καναλιών επικοινωνίας

Η Εταιρεία

Η L'Oréal, παγκόσμιος ηγέτης στην ομορφιά, είναι παρούσα σε 130 χώρες σε πέντε ηπείρους. Η αποστολή του ομίλου είναι να προσφέρει, σε γυναίκες και άνδρες σε όλο τον κόσμο, το καλύτερο στην καινοτομία των καλλυντικών, με σεβασμό στη διαφορετικότητα. Η L'Oréal πραγματοποιούσε πάντα σημαντικές επενδύσεις στην έρευνα και θέτει την αισθητική καινοτομία στο επίκεντρο του μοντέλου ανάπτυξης της. Με πάνω από 130 πατέντες, που αναπτύχθηκαν τα τελευταία 40 χρόνια, ο όμιλος έχει την ικανότητα να κατοχυρώνει ευρεσιτεχνίες με σημαντικά δραστικά συστατικά, πολύ πριν από τους ανταγωνιστές της.

Η Πρόκληση

Στόχος της L'Oréal ήταν η ισχυροποίηση της παρουσίας της στα κυριότερα σημεία πωλήσεων, όπως σε φαρμακεία, super market και κέντρα αισθητικής. Ο ανταγωνισμός στον συγκεκριμένο κλάδο είναι έντονος, με κάθε εταιρεία να διεκδικεί το δικό της μερίδιο αγοράς.



Για την L'Oréal, η καινοτομία είναι βασικό χαρακτηριστικό της πολύχρονης ιστορίας της και η εταιρεία δεν θα μπορούσε να μην εφαρμόσει αυτή τη φιλοσοφία και στον τρόπο προώθησης των προϊόντων της. Τα στελέχη πωλήσεων θα έπρεπε να εφαρμόζουν αυτοματοποιημένα τις απαιτούμενες από την εταιρεία διαδικασίες, στο φυσικό χώρο του συνεργάτη, έχοντας στη διάθεσή τους όλες τις πληροφορίες και τα δεδομένα της πολιτικής πωλήσεων.

Η λύση που αναζητούσε η L'Oréal, θα έπρεπε να ικανοποιεί όλα τα παραπάνω και ταυτόχρονα να μπορεί να συνδεθεί και να λειτουργεί απρόσκοπτα με το κεντρικό πληροφοριακό σύστημα (SAP) της εταιρείας.

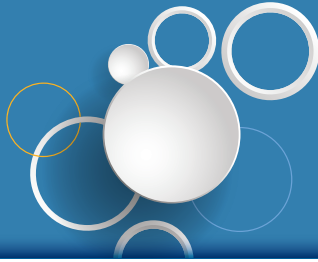
Η Λύση

Μεταξύ πολλών υποψήφιων λύσεων, η L'Oréal επέλεξε το Entersoft Mobile SFA® κυρίως για την ευελιξία του στην παραμετροποίηση, με βάση τις πολύ συγκεκριμένες ανάγκες του τμήματος πωλήσεων. Οι δυνατότητες εξατομίκευσης και προσαρμογής ήταν από τα βασικότερα κριτήρια επιλογής.



Συγκεκριμένα, κάθε ομάδα του τμήματος πωλήσεων, είχε πρόσβαση σε διαφορετικά δεδομένα με βάση την πολιτική της εταιρείας, χρησιμοποιώντας ωστόσο την ίδια πηγή πληροφοριών (SAP/ERP). Εξασφαλίστηκε έτσι η πολυεπίπεδη και απόλυτα ελεγχόμενη προσβασιμότητα σε «ευαίσθητα» δεδομένα του τμήματος των πωλήσεων.

CASE STUDY L'ORÉAL



Η υλοποίηση του έργου διήρκησε ένα έτος, με τη σταδιακή παροχή της λύσης σε φαρμακεία και super market και στη συνέχεια σε κέντρα αισθητικής. Οι χρήστες που έχουν στη διάθεσή τους το Entersoft Mobile SFA®, είναι 50 στελέχη σε επίπεδο back-office και περισσότερα από 100 στελέχη πωλήσεων.

Τα Πλεονεκτήματα

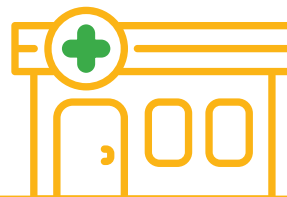
Οι ομάδες πωλήσεων χρησιμοποιούν πλέον αποκλειστικά τα iPad, με τα οποία μπορούν να δουλεύουν ακόμα και offline, ενώ τα δεδομένα συγχρονίζονται αμέσως μόλις η συσκευή αποκτήσει πρόσβαση στο internet.

Έτσι κάθε τμήμα, έχει άμεση πληροφόρηση για την εξέλιξη των πωλήσεων, ενώ η διοίκηση έχει σε πραγματικό χρόνο πλήρη εικόνα της αποτελεσματικότητας της στρατηγικής. Αυτό επιτρέπει στη L'Oréal να αναπροσαρμόζει το σχεδιασμό της, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας.

Συγκεκριμένα οφέλη ανά ομάδα πωλήσεων:

Φαρμακεία (Τμήμα DCA)

- Προγραμματισμός λανσαρίσματος προϊόντων βάση της ανάλυσης stock-in-trade
- Τοποθετήσεις προϊόντων με κατάλληλες χρονικά προσφορές, βασισμένες σε ανάλυση κατανομής κατά τμήματα
- Μειωμένη συχνότητα και έλεγχος στη ροή επιστροφών
- Ελαχιστοποίηση των «άσκοπων» επισκέψεων
- Εξάλειψη των διασταυρωνόμενων καναλιών επικοινωνίας στο τμήμα εξυπηρέτησης πελατών



FMCG - Super Market

- Βελτιωμένες και ελεγχόμενες εκπτώσεις για όλες τις αλυσίδες FMCG
- Δυνατότητα εγκρίσεων από όλες τις κινητές συσκευές, οποιαδήποτε στιγμή
- Δυνατότητα παρακολούθησης της δυναμικής πωλήσεων του κλάδου μέχρι και σε επίπεδο του τελικού σημείου πώλησης
- Οργάνωση των εκτός έδρας ταξιδιών των πωλητών απ' ευθείας από τη συσκευή
- Δυνατότητα κράτησης δωματίων έως και ενοικίαση αυτοκινήτου
- Αποτελεσματική παρακολούθηση του μεριδίου στο ράφι, σε σχέση με τους στόχους



Κέντρα αισθητικής (τμήμα DPP)

- Παραγγελίες μέσω φωτογραφιών

