ПРОЕКТ КОНСОРЦИУМ

ПО ВНЕДРЕНИЮ 1С:ERP

ОПИСАНИЕ ПРОБЛЕМЫ

1 Для кого консорциум?

- Компания-партнер 1С, имеет ресурсы для внедрения проектов.
- Есть несколько внедрений 1С:ERP, понимает перспективы рынка 1С:ERP.
- Считает 1С:ERP стратегически важным направлением.
- Готова развивать это направление.

2 Проблема:

- Низкие продажи или нестабильность продаж.
- Недостаточное портфолио проектов по 1С:ERP.

3 К чему приведет, если не решать:

Потеря доли рынка или упущенные возможности для захвата рынка. Пройдет время, а компания вырастет незначительно по сравнению с конкурентами.

4 Как проблема решается сейчас:

Клиенты **привлекаются по сарафану** или **через личные продажи**, либо **привлекаются продавцы в штат**. При продавцах обычно не нанимается административный персонал, который их контролирует, из-за чего эффективность работы линейных продавцов значительно падает. Не разделены этапы продаж, что также **снижает эффективность**. Зачастую **не автоматизирована CRM-система** или вообще отсутствует.

Те, кто пробовал создавать консорциум, у них не было технологии продаж, четкой стратегии развития и должного аналитического отдела. Также не применялась технология продаж с большими чеками.

5 Для создания полноценного отдела продаж необходимо:

Руководитель отдела продаж

- 7 продавцов (2 на установление контактов, 5 на сопровождение)
- администратор для подготовки баз
- 1 HR специалиста
- 2 человека в отдел качества
- минимум 2 привлеченных эксперта по продажам (1 по поиску и установлению контактов и 1 по сопровождению)
- + настроенная **CRM-система**, телефония и прочие сервисы

При этом, если работать с нами в рамках консорциума, мы **выделили отдел продаж в отдельный блок** и выстраиваем все процессы за вас.

ТЕХНОЛОГИЯ

1 Уникальность / инновационность технологии

- У нас работает полноценный аналитический отдел.
- Наша технология продаж адаптирована для продаж B2B с большими чеками.
- Разделение этапов продаж.
- Различные точки входа.
- Продажи не через инструмент, а через проблематику клиента.
- Прорабатываем отрасли, в которых уже есть опыт. Заходим с большим набором кейсов, т.к. несколько компаний в консорциуме и их кейсы суммируются в единый список кейсов.

2 Как она (технология) работает

- Мы получаем информацию о вводных продуктах, точках входа для различных категорий клиентов.
- На этапе пре-сэйл прорабатываем вводный продукт.
- Мы работаем не с 1 ЛПРом, а центром принятия решений компании. Использую добытую информацию о том, как принимаются решения в каждой конкретной компании (механизм).
- В дальнейшем у нас идет большое количество касаний с клиентом за счет системной работы и достаточного количества персонала для такой работы.
- Наш отдел подбора обеспечивает внешний отдел продаж сотрудниками в достаточном количестве. Наш маркетинговый отдел обеспечивает информацией.
- В свою очередь, во внешнем отделе продаж есть 2 отдела: активных продаж и сопровождения. Дополнительно мы собираем базы для проработки.
- Отдел качества обеспечивает контроль за соблюдением технологии продаж.

3 Выгода для участника консорциума

Получение новых проектов (продажи), дополнительный доход, опыт в новых отраслях и возможность их развития в дальнейшем, прогнозируемые продажи и развитие, сокращение операционных расходов, полноценный профессиональных отдел продаж по доступным условиям.

4 Принципиально лучше конкурентов

- У нас работает полноценный аналитический отдел.
- Наша технология продаж адаптирована для продаж B2B с большими чеками.
- Разделение этапов продаж.
- Различные точки входа.
- Продажи не через инструмент, а через проблематику клиента.
- Прорабатываем отрасли, в которых уже есть опыт. Заходим с большим набором кейсов, т.к. несколько компаний.

5 Защита от копирования конкурентами

За счет разделения бизнес-процессов, саму технологию сложно скопировать и воспроизвести.

ДОКАЗАТЕЛЬСТВО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Что было сделано:

Мини-анализ рынка и конкурентов.
Результат – выбрана ниша с понятными болями, которые можно закрыть.

Протестировано 3 гипотезы.
Результат – 5 лидов.

Работа по воронке из 6 этапов (холодные – подготовка – презентация – пилот – аудит – продажа).

Результат – 2 продажи:
а) Производственная компания, розлив напитков. Ок 400 человек. Сумма сделки 10 млн.руб.
б) Производственная компания, мясопереработка. Ок 350 человек. Сумма сделки 5 млн.руб.

Анализ, работа над ошибками, оптимизация процессов, подготовка к масштабированию.

РЫНОК

Объем рынка РФ более 1,2 млрд $

18% в год темпы роста

Прогноз по росту положительный

Рынок не консолидирован

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

Подписка

Pre-sale,
моделирование ТЗ,
оценка

Продажа
Договор
Предоплата

Подписание акта за часть работ. Выплата частичного вознаграждения

Подписание акта за часть работ. Выплата частичного вознаграждения

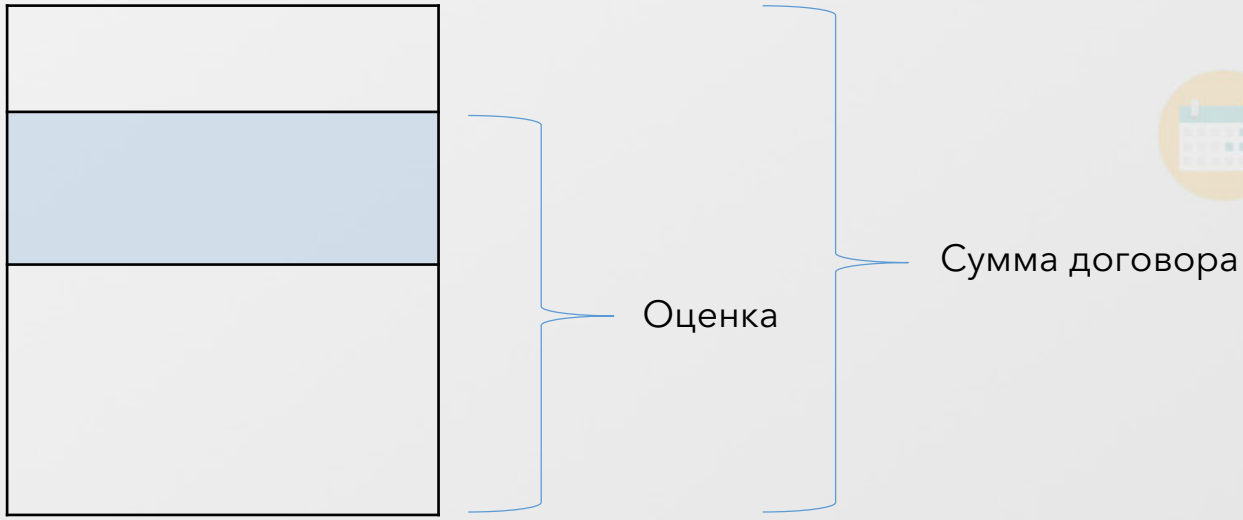
Подписание акта за часть работ. Выплата частичного вознаграждения

Распределение прибыли:

Прибыль внешнего ОП

Прибыль участника

Себестоимость проекта



СЕБЕСТОИМОСТЬ ОП

ВЗНОСЫ УЧАСТНИКОВ

*Структура затрат расписана во всех подробностях, расшифровка будет предоставлена на встрече

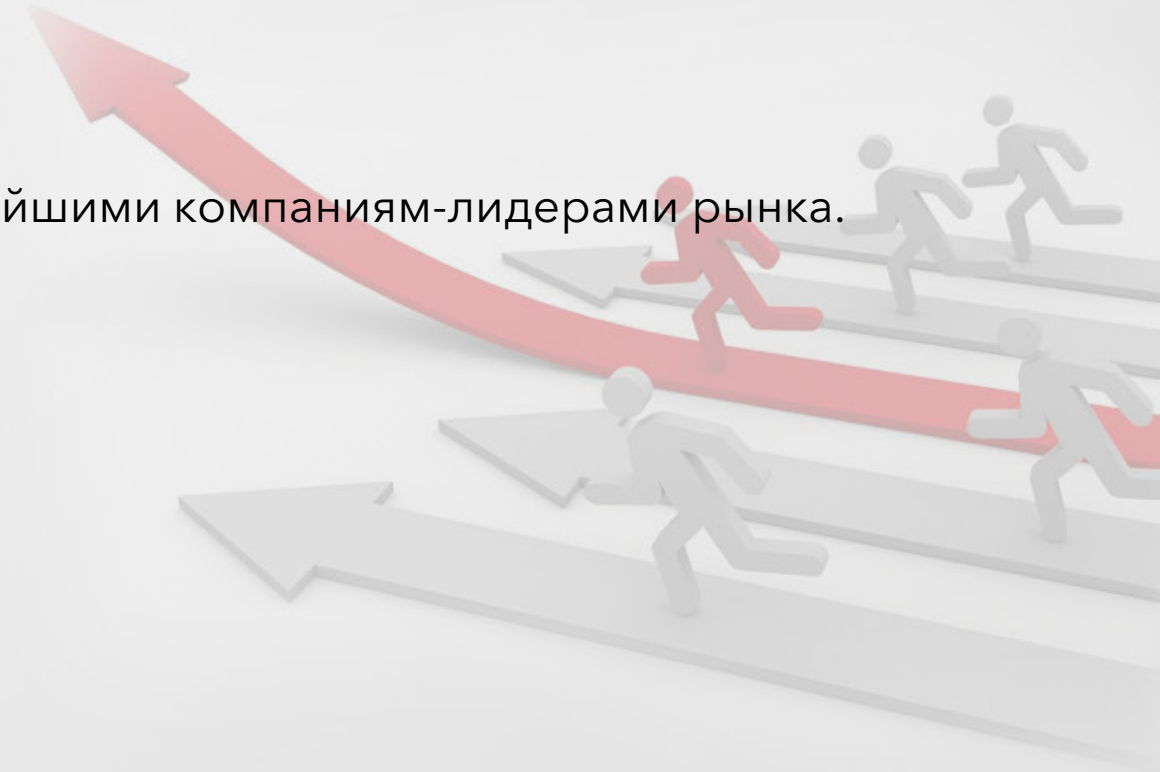
ФИН-МОДЕЛЬ

	1 квартал*			2 квартал	3 квартал	4 квартал
Статья расходов в месяц	1 месяц	2 месяц	3 месяц			
Аналитика и исследования	25%	14%	10%	9%	8%	8%
Маркетинг и упаковка	12%	21%	15%	14%	13%	12%
Построение отдела	8%	14%	10%	9%	8%	8%
Отдел активных продаж	12%	18%	25%	23%	21%	19%
Отдел сопровождения	8%	11%	25%	32%	38%	42%
Управление и администрирование	8%	7%	15%	14%	13%	12%

Новых лидов от активных продаж	5	8	11	10	9	9
Новых лидов от отдела сопровождения	2	5	12	21	32	44
Всего лидов	7	13	23	31	41	53
Итого за год лидов	**418**					

КОНКУРЕНЦИЯ

Мы как консорциум становимся сопоставимы с крупнейшими компаниям-лидерами рынка.
В перспективе – крупнейшим игроком рынка.



СОСТАВ КОНСОРЦИУМА

Внешний отдел продаж, который состоит из активных продаж и отдела сопровождения.

Компании-участники консорциума.

Супервайзер

HR

Аналитически-маркетинговый отдел

КОМАНДА ПРОЕКТА

Сергей Дмитриев

Доп. информация

Сергей Петров

Доп. информация

Елена Петрова

Работа по поиску людей: сотрудников, клиентов.

Игорь Воронин

Коммерческий директор внешнего отдела продаж. Опыт создания контакт-центра 70 человек, работа с ВИП-клиентами.

КОНТАКТЫ

10-я линия Васильевского острова, 59,
Санкт-Петербург (этаж 1)

8 (495) 854-653-69

vidumanniy_adres@yandex.ru