

## CASE STUDY (strategia)

### I. Opis Klienta

1. Branża  
Producent dóbr luksusowych ( wysokiej klasy sprzęt AGD )
2. Grupa docelowa  
Klient B2C

### II. Krótki opis działań i wyników ( przed działaniami PCM)

1. Rodzaj Działań  
Sprzedaż jaką realizował klient opierała się jedynie na sklepie internetowym (zamówienie online), wielkiej sieci sprzedaży bezpośredniej – sprzedawcy terenowi.
2. Efekty przed wprowadzeniem zmian  
Brak – kreacja oraz wdrożenie strategii sprzedaży, która nie była dotąd realizowana

### III. Cel marketingowy

1. Wdrożenie nowej strategii sprzedaży
2. Oczekiwane efekty  
Koszt prowadzonych przez PCM działań nie powinien przekroczyć połowy wartości obrotu ze sprzedaży (z umówionych przez PCM prezentacji).

### IV. Zaproponowane rozwiązania

1. Wdrożenie nowej strategii i modelu biznesowego w oparciu o MarketingMix: telemarketingu, dział wysyłek pocztowych i logistyki PCM, a także sieci sprzedaży bezpośredniej Klienta

## Schemat realizacji usługi



2. Dobór grupy docelowej
3. Określenie potencjału bazodanowego i wykorzystanie zasobów bazodanowych PCM
4. Sprzedaż w oparciu i 5 etapów/działań prowadzących do efektu
5. Położenie nacisku na monitoring jakości każdego z procesów oraz terminowości doręczania przesyłek – monitoring pracy operatorów

- pocztowych
6. Nacisk na monitoring jakości sieci sprzedaży bezpośredniej Klienta
  7. Nowy innowacyjny model sprzedażowy
  8. Działania relacyjne

## **V. Osiągnięte rezultaty**

1. Jakościowe
  - Dużo zdobytej wiedzy na temat możliwości jeszcze lepszej poprawy dotychczas działających procesów biznesowych w sieci sprzedaży Klienta
  - Stały monitoring jakości każdego etapu prowadzącego do sprzedaży i pozyskania Klienta
  - Zdobyte zaufanie i budowa relacji nawet z Klientami którzy jeszcze nie dokonali zakupu – umocnienie pozycji marki w świadomości społeczeństwa, co wzmacnia pozytywny PR realizowany przez naturalny marketing szeptany.
2. Ilościowe

Osiągnięty obrót ze sprzedaży z umówionych przez PCM prezentacji wyniósł 5 x więcej niż całkowity koszt projektu