**Boromir**

**Pre analiza - CRM**

Organizare pe 3 divizii din punct de vedere al produselor vandute.

Canale de distributie

* Prin distribuitori (se servesc aproximativ 20.000 de clienti finali
* Distributie directa

**Vanzarea prin distribuitori**

Organizare:

* **Agenti de vanzare distribuitori (40-50)** sunt in general la nivel de judet si se ocupa de distribuitorii cei mai important (sunt localizati la distribuitor).
  + Activitati:
    - Merge impreuna cu reprezentantii de vanzari ai distribuitorului pe o ruta (rutele sunt schimbate zilnic);
    - ajuta reprezentantul distribuitorului sa ia comenzi pe ruta respective
    - Ajuta reprezentantul distribuitorului sa faca sis a inteleaga promotiile facute la produsele Boromir
    - Rol de “instructor al agentilor distribuitorului”
    - Promotiile sunt communicate catre agentii de vanzare la distribuitor prin fax, telefon, hartie, etc
    - Completarea unui raport zilnic de activitate (atasat) care contine:
      * Agent Boromir
      * Agent distribuitor
      * Ruta
      * Data
      * Categoriile principale de produse cu 2 informatii imporatante: prezenta la raft; comanda

Acest raport este colectat pehartie si practic nu se mai face nimic cu el!!!

* **Area Sales Manager (27**) – in general ASM are in reponsabilitate 3 judete si are in reponsabilitate agentii de vanzare de la distribuitori din cele 3 judete. ASM-ul este cel care intretine relatia Boromir distribuitor. ASM-ul coordoneaza vanzarile de produse de pe toate platformele Boromir.
  + **Activitati:**
    - Ofertare catre distribuitor
    - Stabilire target catre distribuitor
    - Preia comenzile de la distribuitor (acum in Palm-uri – cu ajutorul software-ului de la Softexpert) care sunt sincronizate intr-o baza de date de comenzi si apoin actualizate in Scala)
    - Primeste target (in Palm) pe care il repartizeaza pe agenti de la distribuitor
    - Are targeturi de a creste vanzarile prin promotii
    - Urmareste facturile neincasate de la distribuitor
* **Regional Manager (4) –** au in subordine 10 judete (ASM si implicit agentii de vanzare de la distribuitor)

**Distributia directa**

Se desfasoara in cateva judete. Functioneaza dupa acelasi model ca si model de distributie prin distribuitori (cu observatia ca se preiau comenzi si se livreaza direct la clientul final).

1. 5 agenti de distributie directa – pot prelua comenzile pe Palm-uri si livra aceste comenzi in CRM de unde vor ajunge in ERP
2. Key accounts – exista merchendiseri (la nivel de magazin Key Account) si ASM (14 oameni)
   1. Comenzile ajung direct la Boromir si sunt introduce in Scala
   2. Se pot introduce la nivel de CRM de catre ASM – informatii despre competitive, prezenta la raft, etc
3. Morarit – client industriali (client proprii 500-1000 de clienti)
   1. Comenzile pot fi preluate pe Palm sis a ajunga direct in Scala fara legatura cu CRM-ul

**Problemele de business**

* Grupul Boromir nu are legatura cu clientul final ceea ce devine critic pentru business intr-o perioada de recesiune
* Informatiile despre piata si competitive pot fi cel mai bine preluate la nivelul agentilor de vanzari de la distribuitor
* Se doreste sa se cunoasca mai bine care sunt cei mai important client finali (top - ul pe judete)
* Introducerea produselor noi la clientii finali
* Organizare de concursuri, promotii pentru clientii de top ai distribuitorului

Prin introducerea noului CRM in organizatie se doreste un singur punct de colectare si vizibilitate a informatiei despre vanzari la nivel de companie, precum si centralizarea informatiei despre clientii distribuitorilor si o apropiere mai buna si mai structurata pe nevoile pietii

**Structura propusa**

