

Realizacja celów strategicznych w 2014 roku

Lp	Rodzaj celu	Odpowiedzialny za realizację	Opis celu	Realizacja
1	sprzedażowy	DZIAŁ HANDLOWY	Wzrost obrotu o 17% w stosunku do roku 2013	Nieosiągnięty Realizacja w 85,49% (spadek – 0,22%)
2	sprzedażowy	DZIAŁ HANDLOWY	Wzrost marży o 16% w stosunku do roku 2013	Nieosiągnięty Realizacja w 89,57% (wzrost 4,04%)
3	sprzedażowy	DZIAŁ HANDLOWY	Sprzedaż co najmniej 120 szt. drukarek	Osiągnięty Realizacja w 167%
4	sprzedażowy	DZIAŁ HANDLOWY	Wzrost obrotów generowanych przez grupę Klientów z kat. A o 20% w stosunku do roku 2013	Nieosiągnięty Realizacja w 71,46% (spadek – 14,52%)
5	jakościowy	DZIAŁ HANDLOWY, BOK, SERWIS	Min. 95% pozytywnych opinii Kluczowych Klientów o jakości współpracy	Osiągnięty Realizacja w 100%
6	jakościowy	BOK	Min. 95% zamówień zrealizowanych w zadeklarowanym terminie	Osiągnięty Wynik: 97,53%

Podsumowanie realizacji działań związanych z realizacją celów strategicznych przyjętych w 2014 roku

Działania związane z realizacją celów sprzedażowych:

- Budowanie pozytywnych relacji i rozwój Kluczowych Klientów (z potencjałem A lub z uzyskaną kategorią A) =>raport Kierownika DH
- Rozwój Klientów z kategorią B =>raport Kierownika DH
- Weryfikacja Klientów nieaktywnych w roku 2013, posiadających potencjał A, B, C =>raport Kierownika DH
- Monitorowanie i analiza konkurencyjności Firmy (monitorowanie i analiza wdrożeń) =>raport Kierownika DH
- Monitorowanie przetargów na produkty z oferty Etisoft =>raport Kierownika DH
- Monitorowanie newsletterów branżowych.
Celem wyłonienia potencjalnych Klientów oraz informacji mogącej mieć wpływ na rozwój współpracy i zwiększenie sprzedaży u Klientów w 2014 roku Dział Marketingu monitorował newslettery:
 - Evertig (www.evertig.pl)
 - Portal Spożywczy (www.portalspozywczy.pl)

- Tereny Inwestycyjne (www.terenyinwestycyjne.info)
- eGospodarka.pl (www.egospodarka.pl)
- Krakowski Park Technologiczny (www.sse.krakow.pl)

Istotne informacje dotyczące planów rozwojowych czy inwestycyjnych były przekazywane do Opiekunów Klientów.

- **Monitorowanie rozwoju stref ekonomicznych na terenie działania firmy.**

Monitorowanie stref ekonomicznych odbywało się przez newslettery i strony internetowe.

Na terenie działania ETISOFT Kraków znajdują się 4 strefy ekonomiczne:

- Strefa Mielecka
- Strefa Starachowicka
- Strefa Tarnobrzeska
- Strefa Krakowska

Informacje dotyczące rozwoju i planów inwestycyjnych firm, mających swoją siedzibę na terenie stref przekazywane były przez Dział Marketingu do Opiekunów Klientów.

Działania związane z realizacją celów jakościowych:

- **Badanie satysfakcji Kluczowych Klientów =>Podsumowanie badania satysfakcji Klientów Etisoft Kraków 2014 rok.**
- **Monitorowanie i analiza terminowości realizacji zamówień =>raport Koordynatora BOK**
- **Monitorowanie i analiza reklamacji i zwrotów towarów oraz kosztów błędów w wydaniach towarów z magazynu =>raport Koordynatora BOK**

Działania związane ze wzmocnieniem marki Etisoft.

- **Udział w targach branżowych**

W związku z faktem, że Etisoft Sp. z o.o. Gliwice zrezygnował z wystawiania się na targach branżowych krajowych, a samodzielne finansowanie stoiska targowego przez Etisoft Kraków jest nierentowne, odstąpiono od planów związanych z udziałem firmy w targach branżowych.

Etisoft Sp. z o.o. Gliwice wziął udział w targach zagranicznych:

- Targi Analytica - Monachium (Niemcy)
- Foodpharmatech - Herning (Dania)
- Lab 14 Lillestrom - (Norwegia)
- LAB med - Copenhagen (Dania)

- **Zorganizowanie spotkania tematycznego dla Kluczowych Klientów Firmy.**

We wrześniu 2014 roku zorganizowano konferencję dla Kluczowych Klientów Firmy w Zakopanem. Tematem konferencji były „Dostawy na czas” czyli nowoczesne formy realizowania zamówień. Klienci mogli wziąć udział w warsztatach operacyjnych dot. forecastów oraz w prelekcji dot. efektywnego modelu kooperacji z dostawcą. Z ramienia Etisoft Kraków zostali zaproszeni przedstawiciele firm: Splast Sp. z o.o. i Husqvarna Poland Sp. z o.o. Organizacja konferencji przeprowadzona została perfekcyjnie, Klienci ocenili ją bardzo wysoko. Udział Kluczowych Klientów zapoczątkował wzrostem zamówień, poszerzeniem sprzedawanego asortymentu oraz zbudowaniem pozytywnych relacji między firmami

- **Poszerzanie asortymentu sprzedażowego =>raport Kierownika DH**

Pozostałe działania i inwestycje.

- **Podnoszenie kwalifikacji pracowników poprzez szkolenia i warsztaty.**

W roku 2014 zaplanowano szereg szkoleń i warsztatów dla pracowników.

Przeprowadzono:

Szkolenia wewnętrzne:

- produktowe, prowadzone przez bezpośrednich przełożonych pracowników Etisoft Kraków,
- warsztaty doskonalące pracę na zajmowanych stanowiskach, prowadzone przez bezpośrednich przełożonych pracowników Etisoft Kraków,
- warsztaty doskonalące korzystanie z programu CRM, prowadzone przez właściciela firmy,
- warsztaty i szkolenia z obsługi programu sprzedażowego SUBIEKT, prowadzone przez właściciela firmy i Koordynatora BOK.
- szkolenia związane z funkcjonowaniem SZJ, prowadzone przez Pełnomocnika ds. SZJ oraz bezpośrednich przełożonych,

Szkolenia zewnętrzne:

- cykl szkoleń handlowych (Vademecum efektywnej sprzedaży, Negocjacje handlowe, Prowadzenie rozmów handlowych) prowadzone przez firmę TOPTRADE,
- szkolenia związane z uzupełnieniem wiedzy związanej z pracą na zajmowanym stanowisku (Prawo Pracy, Bilans 2014, Przepisy VAT, Zasady rozliczania samochodów) prowadzone przez firmy ECE oraz Soft Expert.
- szkolenia związane z doskonaleniem pracy związanej z kierowaniem zespołem (Skuteczne Zespoły Sprzedażowe 2014) prowadzone przez firmę Forum Media

Wszystkie ww. szkolenia zostały ocenione przez uczestników bardzo wysoko => Ankiety po szkoleniu.

Zrealizowano **87%** zaplanowanych na 2014 rok szkoleń.

- **Doskonalenie i dostosowanie funkcjonujących programów do potrzeb Firmy.**

Zakupiono:

- dostęp do serwera aktualizacji CRM – 1 szt.
- moduł HANDEL w programie CRM – 9 szt.
- dostęp do serwera FTP i rejestracja domeny – 1 szt.
- CorelDraw Graphic Suite X7 – 3 stanowiska
- abonament na ulepszenia programu Subiekt – 1 szt.
- abonament na aktualizacje McAfee – 18 stanowisk

- **Modernizacja sprzętu komputerowego.**

Zakupiono:

- Laptop – 5 szt.
- UPS - 2 szt.
- Monitor – 1 szt.
- Router – 2 szt.

Porównanie KATEGORYZACJA 2013 - 2014

KATEGORYZACJA I 2013 - XII 2013								
KAT.	ILOŚĆ	OBRÓT	MARŻA	UDZIAŁ% ILOŚĆ	UDZIAŁ % OBRÓT	UDZIAŁ % MARŻA	średni obróć roczny klienta	średnia marża roczna klienta
A	35	3 006 152,08	1 056 258,07	4,14%	51,57%	50,10%	85 890,06	30 178,80
B	36	844 953,53	278 971,76	4,26%	14,50%	13,23%	23 470,93	7 749,22
C	98	961 615,94	377 463,71	11,58%	16,50%	17,90%	9 812,41	3 851,67
D	208	685 150,92	265 091,58	24,59%	11,75%	12,57%	3 293,99	1 274,48
E	469	331 239,32	130 435,37	55,44%	5,68%	6,19%	706,27	278,11
SUMA	846	5 829 111,79	2 108 220,49	100,00%	100,00%	100,00%	6 890,20	2 491,99

KATEGORYZACJA I 2014 - XII 2014								
KAT.	ILOŚĆ	OBRÓT	MARŻA	UDZIAŁ% ILOŚĆ	UDZIAŁ % OBRÓT	UDZIAŁ % MARŻA	średni obróć roczny klienta	średnia marża roczna klienta
A	34	2 875 636,07	1 043 162,53	3,69%	49,47%	47,62%	84 577,53	30 681,25
B	37	804 109,53	287 368,39	4,01%	13,83%	13,12%	21 732,69	7 766,71
C	111	1 012 630,01	403 848,59	12,04%	17,42%	18,44%	9 122,79	3 638,28
D	240	773 730,44	314 288,63	26,03%	13,31%	14,35%	3 223,88	1 309,54
E	500	347 028,00	141 799,11	54,23%	5,97%	6,47%	694,06	283,60
SUMA	922	5 813 134,05	2 190 467,25	100,00%	100,00%	100,00%	6 304,92	2 375,78

Sporządziła: Katarzyna Oblaza
Kraków, 16 stycznia 2015r.