



## ROUTE TO MARKET

Target: supervisorii de vanzari, area manageri, manageri regionali, manageri de canal

### Ziua 1

- Importanta unui mix optim intre Key Account si retailul traditional
- Prezentare generala a pasilor unui proces de route to market
- Fundamentele sistemelor de vanzari si distributie
- Introducerea conceptului de management de canal
- Customer census
- Customer survey

### Ziua 2

- Analiza competitiei
- Analiza proceselor interne, masurarea timpilor si normarea organizatiei
- Optiuni de sisteme de vanzari si distributie
- Gruparea magazinelor pe clustere. Construirea unui pachet de servicii

### Ziua 3

- Activitati pe teren. Aplicarea in practica a notiunilor descrise in zilele 1 si 2 ( customer census, customer survey si route ride review )
- Dupa-masa: Analiza activitatilor de teren. Discutii si concluzii

### Ziua 4

- Notiuni de management financiar. Analiza financiara a unui business model. Analiza alternativa a mai multor sisteme de vanzari.
- Procesul de rutare: pasi, reguli si principii
- Managementul rutelor de vanzari: standarde si KPI's

### Ziua 5

- Implementarea proiectelor de route to market
- Notiuni de managementul schimbarii
- Notiuni de calitate a executiei. Importanta normarii corecte a activitatilor de merchandising pentru succesul organizatiei
- Recapitulare a intregului proces