



COMARCH
FINANCE

ZARZĄDZANIE I ROZLICZANIE SIECI SPRZEDAŻY

COMARCH COMMISSION & INCENTIVE

Wyzwania i możliwości

„To kryzys sprzedaży, a nie kryzys kosztów. Firmy nie poradzą sobie z 30-40 proc. spadkiem obrotów, obniżając tylko koszty. Muszą coś zrobić, by zwiększyć sprzedaż”

Prof. Hermann Simon, prezes Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants.

W każdych warunkach ekonomicznych szczególne znaczenie dla sytuacji rynkowej ma konkurencja sił sprzedaży zarówno wewnętrzna w postaci koegzystencji nowych, alternatywnych kanałów dystrybucji, jak i zewnętrzna pomiędzy różnymi firmami i grupami kapitałowymi. Tworzenie nowych struktur sprzedaży staje się coraz trudniejszym zadaniem. Nielatwo jest znaleźć i utrzymać doświadczonych sprzedawców i managerów. Dynamiczne warunki działania wielokanałowych sił sprzedaży, prowadzących dystrybucję zmieniającego się portfela produktów, wymuszają konieczność poszukiwania optymalnych systemów prowizyjno-motywacyjnych. Rosnący poziom zaawansowania systemów prowizyjnych podlegających ciągłym zmianom powoduje, że ich obsługa za pomocą arkuszy kalkulacyjnych, prostych baz danych lub starszych aplikacji staje się niemożliwa.

Organizacja współpracy z siłami sprzedaży

Wyzwaniem jest coraz większa potrzeba szybkiego dostarczania informacji i analiz dla zarządzających pracą sieci sprzedaży, jak i dla samych pośredników. Stosowane do tej pory systemy produkcyjne w większości przypadków nie są w stanie podoląć temu wyzwaniu. W rozwiązaniu tego problemu z pewnością może pomóc system **Comarch Commission & Incentive**, wyposażony w portal informacyjny dla sprzedawców, managerów oraz zewnętrznych pośredników.

Tworzenie nowych programów prowizyjno-motywacyjnych

Institucje finansowe wypracowały indywidualne programy wynagrodzenia, wprowadzające często nowe, zaawansowane algorytmy prowizyjne. Wdrożenie innowacyjnych pomysłów umożliwiających optymalne wynagrodzenie sił sprzedaży wymaga zastosowania oprogramowania, które podoła skomplikowanym regułom przyznawania wynagrodzenia. System **Comarch Commission & Incentive**, oparty na wielowymiarowym modelu naliczania prowizji oraz wykorzystujący ponad dwieście funkcji kalkulujących, idealnie wpisuje się w potrzeby instytucji finansowych i trend kładący nacisk na rozwój aktywnych sieci sprzedaży.

Elastyczność rozwiązania

Rozwiązanie składa się z silnika obliczeniowego, wspieranego przez wygodny konfigurator algorytmów obliczania prowizji. Algorytmy tworzone są przez użytkowników biznesowych, którzy mają do dyspozycji zestaw licznych funkcji matematycznych, logicznych i biznesowych. Dodatkowo silnik obliczeniowy może być wykorzystywany przy wyliczaniu punktów w ramach programów promocyjnych i lojalnościowych.

Podstawowe procesy biznesowe

W systemie **Comarch Commission & Incentive** odzwierciedlone zostały ramowe założenia biznesowe charakterystyczne dla większości instytucji finansowych w Polsce korzystających z rozbudowanych sieci agentów i dużych pośredników finansowych.

Analiza sprzedaży i realizacji celów

System codziennie zbiera i analizuje dane biznesowe pobierane z jednego lub wielu źródeł danych, którymi są systemy produkcyjne, hurtownie danych oraz pliki wsadowe od współpracujących instytucji. System może być także zasilony korektą wcześniej przesłanych danych. Na bazie tych informacji wyliczana jest realizacja celów sprzedażowych dla indywidualnych sprzedawców oraz całych struktur sprzedaży (np. zespołów, oddziałów). Dane i wyliczenia są natychmiast dostępne dla managerów i sprzedawców.

Naliczanie prowizji i punktów

W kolejnym kroku, zgodnie z obowiązującymi w danym okresie algorytmami, naliczane są bezpośrednie prowizje i nadprowizje od sprzedaży. W określonych odstępach czasu (np. miesiąc, kwartał) naliczane są premie dla sprzedawców i nadpremie dla managerów. Premie mogą być uzależnione od łącznych wyników sprzedaży lub aktywności sprzedanych produktów. System może obliczyć wysokość wynagrodzenia ryczałtowego oraz refundację kosztów agencyjnych.

Rozliczenie wynagrodzeń

Zaakceptowana faktura jest automatycznie dekretowana w systemie księgowym. Równolegle wystawca drukuje fakturę z systemu, podpisuje ją i przesyła do instytucji finansowej. Wysyłane jest także polecenie przelewu do systemu odpowiedzialnego za realizację przelewów. Automatycznie odebrane potwierdzenie wykonania przelewu umożliwia natychmiastowe uzgodnienie wypłat z fakturami i zamknięcie rozrachunków.



Schemat funkcjonalny systemu Comarch Commission & Incentive



Przebieg procesu biznesowego

Funkcjonalność systemu

- >> **integracja informacji o siłach sprzedaży** - jedna baza danych o wszystkich jednostkach sieci sprzedaży, wraz z podpisanymi umowami oraz aneksami,
- >> **wyznaczenie celów sprzedaży dla struktur oraz poszczególnych kategorii agentów** - definiowanie zestawu szablonów z celami sprzedaży dla poszczególnych kategorii agentów i managerów,
- >> **repozytorium danych produktowych** - rozwiązanie udostępnia jedno, wspólne repozytorium danych produktowych,
- >> **wdrożenie wybranej polityki prowizyjnej** - naliczanie i rozliczanie zgodne z wybranymi typami prowizji i bonusów,
- >> **zapewnienie informacji doradcom i pośrednikom** - aktywny udział w procesie prowizyjnym agentów i managerów zespołów (m.in. raporty dla sił sprzedaży poprzez e-mail i SMS),
- >> **szkolenia sieci sprzedaży** - kompleksowa obsługa procesu szkoleniowego, począwszy od ewidencji szkoleń i doboru grupy docelowej, poprzez rejestrację uczestników i ustalanie kryteriów ocen, po wprowadzenie wyników, ich analizę i rozliczenie,
- >> **masowe wydruki paczek dokumentów** - zbiorcze drukowanie dokumentów zarejestrowanych w kontekście danej jednostki sieci sprzedaży (umów, aneksów, zezwoleń oraz innych szablonów zdefiniowanych w systemie),
- >> **wymiana informacji z organami nadzoru** - interfejs wymiany danych z KNF (dane o agentach towarzystw ubezpieczeniowych, doradcach bankowych oraz pracownikach innych instytucji finansowych).

Korzyści biznesowe i operacyjne

Wśród korzyści, jakie odnosi bank, towarzystwo ubezpieczeniowe lub firma dystrybucyjna decydując się na wdrożenie systemu prowizyjno-motywacyjnego **Comarch Commission & Incentive**, należy pokreślić:

- » możliwość ciągłego doskonalenia polityki prowizyjnej w celu odpowiedniego ukierunkowywania działań agentów,
- » rozdzielenie naliczeń i rozliczeń prowizji,
- » automatyzację przeliczania prowizji w rezultacie korekt danych sprzedaży,
- » zapewnienie agentom szybkiej i wiarygodnej informacji o bieżących wynikach sprzedaży oraz należnych prowizjach,
- » redukcję skali błędnych rozliczeń i nadużyć w sieci sprzedaży,
- » centralizację obsługi rozliczeń przy zachowaniu niezbędnego minimum działań rozproszonych (np. numeracja faktur prowizyjnych).

Celem wdrożenia systemu Comarch Commission & Incentive jest osiągnięcie przez instytucję finansową znaczącego usprawnienia procesów biznesowych zarządzania i motywowania sił sprzedaży, prowadzącego do wzrostu jakości portfela klientów i rentowności biznesu.

Szerokie możliwości parametryzacji algorytmów prowizyjnych

- » premie za **wyniki ilościowe** agentów, w tym także realizowanie bieżących lub/i skumulowanych celów sprzedaży; premie za **aktywność produktów**, np. od płatności kartą kredytową, obrotu na koncie, spłaty raty, inkasa składki, opłaty, wpłaty dodatkowej,
- » premie za **wyniki jakościowe** sprzedawców, np. poziom utrzymania, stopa odstępowstwa, stopień złych kredytów w portfelu pośrednika, wskaźnik szkodowości,
- » premie od **struktury portfela** produktów i klientów, czyli prowizje za sprzedaż danego produktu uzależnione od wyników sprzedaży innych produktów,
- » **plany prowizyjne** - prowizje naliczane na określoną ilość lat naprzód z możliwością rozliczenia w momencie pojawiania się inkasa składki za kolejny okres rozliczeniowy,
- » **split prowizji** - podział prowizji między współpracujących przy sprzedaży danego produktu agentów i managerów,
- » **nadprowizja** za sprzedaż konkretnego produktu - rozdzielana na dowolną ilość managerów tworzących strukturę ponad danym agentem,
- » prowizje **płatne ratalnie**, np. w momencie wniesienia określonej opłaty, spłaty raty kredytu zgodnie z harmonogramem, itp.; w przypadku polis: premia pierwszoroczna, premia dwuletnia.

Comarch SA

Al. Jana Pawła II 39 a
31-864 Kraków
Poland

tel.: +48 12 64 61 000

fax: +48 12 64 61 100

e-mail: finance@comarch.com

www.finance.comarch.pl

www.comarch.com www.comarch.pl www.comarch.de www.comarch.ru

Spółka Comarch Spółka Akcyjna z siedzibą w Krakowie, Aleja Jana Pawła II 39A, zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym prowadzonym przez Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie XI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS 0000057567. Wysokość kapitału zakładowego Spółki wynosi 7.518.770,00 zł. Kapitał zakładowy został wpłacony w całości NIP: 677 - 00 - 65 - 406
Copyright © Comarch 2009. Wszystkie prawa zastrzeżone.

PL-2010.11