

Online STORE MERCHANDISING?

KP

Touto cestou se úspěšně vydala merchandisingová agentura **FIELD FORCE** a jak sám název společnosti napovídá, jde o tzv. full-servis, nebo-li služby zaměřené na podporu růstu prodeje především na platformě nadnárodních, ale i národních řetězců hypermarketů, či supermarketů a maloobchodních prodejen na místním trhu, zejména pak v oblasti rychloobrátkového zboží.



Historie

Merchandisingová agentura **FIELD FORCE** ČR, s.r.o. se pod tímto jménem etablovala na českém trhu v srpnu 2004, aby tak v jinak nezměněné podobě kontinuálně navázala na činnost původně fyzické osoby zakladatele, jejíž prvočátek se datuje již od srpna 2002. Slovenská pobočka společnosti pak sídlí v Prievidzi od prosince roku 2003. Cílem společnosti je poskytovat kvalitní celoplošné služby v rámci obou států, tedy ČR a Slovenska.

Současnost

V dnešní podobě agentury naleznete dvě vzájemnou a nezbytnou kooperací propojená oddělení, tedy odd. merchandisingu a sa-

les promotion. Každé z oddělení má k dispozici vlastní exekutivní tým area managerů, supervisorů a asistentů, který zajišťuje jednak personální obsazení požadované služby, počáteční a průběžný trénink, kontrolní a komunikační mechanismy, vlastní administrativní a reportovací pravidla. Společně se pak opírají o agenturní logistické a IT zázemí. Tedy jednak o sklady P.O.P. či P.O.S. materiálů s vlastní dopravou, a pak také veškeré vybavení pro komunikaci, zpracování a skladování informací.

Přidaná hodnota

Požadavky na přínos služeb stále rostou a to i v oblasti informací z trhu, získaných buď při výkonu práce a nebo jejich získání je samotným obsahem služby. Tedy hlavní devizou služby jsou pravdivé, srozumitelné a dostupné informace, na které klient může hned rychle a účinně zareagovat.

Logistika informací

Agentura **FIELD FORCE** propojila místo, kde informace získává, se svou centrálou, kde se informace automaticky vyhodnocují, zpracovávají a následně re-distribují tak, aby od odeslání informace z místa jejího pořízení do doručení zodpovědným osobám na straně agentury či klienta uběhly maximálně minuty a nebo dokonce vteřiny. Tento systém distribuce informací tak nejenže urychlí kontrolní mechanismus, ale také praktickou reakci na ní. To znamená časovou a nákladovou úsporu. Tedy nejenom že se tak zvýší výkon prodeje v čase, ale zároveň se přispěje ke snížení nákladů a tak nárůstu zisku klienta. Tento systém lze však nejen použít pro

služby agentury, ale zároveň může posloužit i klientovi pro kontrolní mechanismus a zvýšení výkonnosti vlastní exekutivy.

Pozitivní dopady na kvalitu

Nový systém sdílení informací má navíc paralelní pozitivní důsledky uvnitř agentury. Je to kladný dopad na jakost práce merchandiserů a hostesek, neboť přináší rychle ověřitelný monitoring kvality a výkonu. Každá sdělená informace má jedinečnou strukturu s volitelnými parametry pro možnost volby klienta. Dodržení struktury a částečně i obsahu informace podmiňuje úhradu služby jako takové. Systém zároveň vyžaduje zvýšené dovednosti i v komunikaci a práci s technologiemi. Automatické zpracování získaných dat navíc uvolňuje další potenciál exekutivního týmu.

Budoucnost

Hlavním důvodem, proč pokračovat v nastoleném trendu a rozvíjet ho je skutečnost, že hlavní klientela této agentury již modifikuje své požadavky na výstup z tohoto systému a tak ho pomáhá kreativně spoluvytvářet a zdokonalovat pro stále nové a nové potřeby trhu. Souběžně s tím hovoří jasně i skutečnost, že kvalita sdílených informací se jen za první tři měsíce od spuštění systému zdokonalila o téměř 75%!

Daniel MASOPUST
PROJECT MANAGER

FIELD FORCE
merchandising agency