

**PPG Fast. Forward.**  
**Tworzenie maszyny sprzedaży**  
**Kluczowe kwestie**

**Zamierzamy stworzyć „maszynę sprzedaży” opartą na kulturze One PPG, która będzie stymulowała wzrost organiczny w najlepszym na rynku tempie, przez światowej klasy dział sprzedaży oraz dzięki kompleksowemu podejściu do klienta.**

- Maszyna zmieni kulturę sprzedaży PPG, opierając się na naszym doświadczeniu technologicznym i bliskości z klientem, ze spójnymi okresami operacyjnymi, podejmowaniem decyzji w oparciu o dane i podstawowe wskaźniki, co przyspieszy wzrost.
- W centrum tej kulturowej transformacji znajduje się niezmiennie wykorzystanie platformy do zarządzania relacjami z klientami ClientLink, która umożliwi śledzenie działań sprzedażowych i prognozowanie przychodów w całym cyklu sprzedaży.
- Usystematyzowane dane z różnych jednostek biznesowych zapewnią lepsze zrozumienie naszych relacji z klientami, co pozwoli na wykorzystanie wszystkich możliwości, jakie ma do zaoferowania PPG. Dzięki temu będziemy mogli skuteczniej obsługiwać naszych klientów, zapewniając im sukces, a jednocześnie rozwój PPG.

**Dążąc do stworzenia globalnej maszyny sprzedaży PPG, zaczniemy od weryfikacji naszego podejścia z trzema grupami kontrolnymi podczas 12-tygodniowych programów pilotażowych. Pozwoli nam to ocenić skuteczność i dowiedzieć się, jak najefektywniej skalować działalność.**

- Programy pilotażowe rozpoczęły się 21 września i potrwać do 11 grudnia, a ich bieżąca ocena będzie odbywać się poprzez cotygodniowe raporty w postaci kart wyników, regularną ocenę zespołów i punktów kontrolnych oraz ocenę przeprowadzaną co dwa tygodnie przez sponsorów projektów z kadry zarządzającej.
- W ramach programu pilotażowego dla segmentu farb i lakierów specjalnych działają globalne zespoły ds. sprzedaży i marketingu.
- W oddziale Architectural Coatings w Wielkiej Brytanii prowadzony jest projekt pilotażowy w całym dziale sprzedaży z uwzględnieniem poszczególnych przedstawicielstw handlowych.
- Program pilotażowy w oddziałach Architectural Coatings w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie obejmuje sześć regionów sprzedaży — po jednym przedstawicielu na każdy region.

**Maszyna sprzedaży będzie napędzana przez nasz utalentowany zespół handlowców, który skorzysta z ulepszonych szkoleń z zakresu przywództwa, budowania umiejętności osobistych, kompleksowego podejścia do klienta i większej liczby potencjalnych klientów z większymi możliwościami.**

- **Przywództwo i uczenie się**
  - Kolejne badania naukowe dowodzą, że istnieje kryzys braku umiejętności. Jest to problem globalny, który kosztował organizacje dużo pieniędzy i zmniejszenie

sprzedaży. Skąd więc mamy wiedzieć, że nasi pracownicy mają umiejętności, których potrzebują, aby osiągnąć wyznaczone cele?

- Przy wsparciu ze strony firmy SkillDirector, zewnętrznego partnera szkoleniowego, będziemy opierać się na dotychczasowych szkoleniach firmy Miller Heiman, aby pozycjonować naszych liderów w budowaniu kultury uczenia się — stawiając na pierwszym miejscu rozwój pracowników i eliminując luki w umiejętnościach zespołowych, aby osiągać sukcesy razem z naszymi klientami.
  - Firma SkillDirector będzie wspierać przeprowadzanie internetowej samooceny oraz kierowniczej oceny umiejętności wszystkich członków zespołu pilotażowego, aby zebrać i opracować dane dotyczące umiejętności, które określą nasze obszary możliwości. Wstępna ocena posłuży nam jako punkt odniesienia, aby wskazać, gdzie jesteśmy i jaki kierunek powinniśmy obrać.
  - Korzystając z podstawowej oceny umiejętności, będziemy oferować spersonalizowane, indywidualne szkolenia online oraz ciągły coaching w celu uzupełnienia indywidualnych luk w umiejętnościach. Będzie to szkolenie zupełnie inne niż ogólne szkolenie sprzedażowe, do którego mogą być przyzwyczajone nasze zespoły sprzedaży.
  - Z czasem przeprowadzimy dodatkowe oceny umiejętności, aby zmierzyć wpływ naszego coachingu i szkoleń oraz odpowiednio dostosować podejście.
- **Cykle operacyjne**
    - Aby wykorzystać siłę naszych relacji z klientami w celu uchwycenia wartości jako „One PPG”, musimy dążyć do dalszego wdrażania spójnych procesów i narzędzi sprzedażowych, w tym systemu zarządzania relacjami z klientami (CRM) ClientLink w całej naszej działalności.
    - Wierzymy, że lepsze wykorzystanie systemu ClientLink, poza ustanowieniem spójnych cykli operacyjnych i przejrzystego procesu sprzedaży, zapewni możliwości wzrostu i wesprze rozwój biznesu. Ponadto umożliwi to uzyskanie korzyści wynikających z kultury „One PPG”.
    - Zespoły pilotażowe będą pracować w oparciu o wstępny model okresów operacyjnych z cotygodniowymi raportami w postaci kart wyników, aby zbudować solidny, oparty na danych potok sprzedaży.
    - Wstępny model cykli operacyjnych będzie w dalszym ciągu definiowany i weryfikowany w oparciu o wiedzę zdobywaną w ramach programu pilotażowego w miarę zwiększania skali działalności w całej organizacji.
- **Pomiary**
    - Programy pilotażowe maszyny sprzedaży będą mierzone za pomocą jasno zdefiniowanych podstawowych wskaźników efektywności procesu, w tym 1) wskaźników potencjalnej sprzedaży, 2) jakości procesu oraz 3) wyników procesu.
    - Wskaźniki potencjalnej sprzedaży skoncentrują się na coachingu i procesie sprzedaży, a nie na określonych działaniach. Wskaźniki te obejmują sesje

- logowania CRM, zaangażowanie klientów, budowę bazy danych klientów i potencjalne transakcje sprzedaży w ciągu 10 dni roboczych.
- Wskaźniki jakości procesu będą koncentrować się na zwiększeniu potoku sprzedaży, jakości i szybkości konwersji. Metryki te będą obejmować stałość szans w fazie sprzedaży, wartość potoku szans u najlepszych klientów oraz wartość potoku szans w podziale na przedstawicieli.
  - Wskaźniki wydajności procesu będą obejmować odsetek skutecznych transakcji, średni cykl sprzedaży oraz wyniki sprzedaży w podziale na przedstawicieli.
  - Wskaźniki te będą mierzone za pomocą cotygodniowych kart wyników, co umożliwi nam ocenę i dostosowanie w celu sfinalizowania zestawu podstawowych wskaźników doskonałości handlowej PPG.
  - Program pilotażowy zostanie uznany za skuteczny i w odpowiedniej skali, jeżeli zostaną osiągnięte następujące cele:
    - Identyfikacja obecnych luk w umiejętnościach i zindywidualizowane szkolenia poprawiły efektywność naszego zespołu sprzedaży
    - Wdrożenie spójnego cyklu operacyjnego umożliwiło zespołowi sprzedaży skuteczniejsze i wydajniejsze ustalanie priorytetów transakcji w ramach potoku sprzedaży
    - Przyspieszyliśmy nasz potok, cykl sprzedaży i wskaźniki zamknięcia
    - Zwiększyliśmy wartość transakcji i udział w portfelu
    - Udało nam się uzyskać odpowiednią skalę model programu pilotażowego w PPG

### **5-minutowe podsumowanie**

- Zamierzamy stworzyć „maszynę sprzedaży” opartą na kulturze One PPG, która będzie stymulowała wzrost organiczny w najlepszym na rynku tempie, przez światowej klasy dział sprzedaży oraz dzięki kompleksowemu podejściu do klienta.
- Maszyna zmieni kulturę sprzedaży PPG, opierając się na naszym doświadczeniu technologicznym i bliskości z klientem, ze spójnymi okresami operacyjnymi, podejmowaniem decyzji w oparciu o dane i podstawowe wskaźniki, co przyspieszy wzrost.
- Wierzimy, że lepsze wykorzystanie systemu ClientLink, poza ustanowieniem spójnych cykli operacyjnych i przejrzystego procesu potoku sprzedaży, zapewni możliwości wzrostu i wesprze rozwój biznesu. Ponadto umożliwi to uzyskanie korzyści wynikających z kultury „One PPG”.
- Dążąc do stworzenia globalnej maszyny sprzedaży PPG, zaczniemy od weryfikacji naszego podejścia z trzema grupami kontrolnymi podczas 12-tygodniowych programów pilotażowych. Pozwoli nam to ocenić skuteczność i dowiedzieć się, jak najefektywniej skalować działalność.
- Programy pilotażowe dotyczące maszyny sprzedaży będą mierzone za pomocą jasno zdefiniowanych podstawowych wskaźników efektywności procesów, co pozwoli nam na ocenę i dostosowanie w celu sfinalizowania zestawu podstawowych wskaźników doskonałości handlowej PPG.
- Program pilotażowy zostanie uznany za skuteczny i w odpowiedniej skali, jeżeli zostaną osiągnięte następujące cele:

- Identyfikacja obecnych luk w umiejętnościach i zindywidualizowane szkolenia poprawi efektywność naszego zespołu sprzedaży
- Wdrożenie spójnego cyklu operacyjnego umożliwi zespołowi sprzedaży skuteczniejsze i wydajniejsze ustalanie priorytetów transakcji w ramach potoku sprzedaży
- Przyspieszymy nasz potok, cykl sprzedaży i wskaźniki zamknięcia
- Zwiększymy wartość transakcji i udział w portfelu
- Uda nam się uzyskać odpowiednią skalę model programu pilotażowego w PPG