

Trzy pytania do...

Artura Wojtaszka, prezesa zarządu Cursor

Outsourcing pozwala firmie zrestrukturyzować jej własny dział sprzedaży

Jakie czynniki skłaniają przedsiębiorców do outsourcingu sprzedaży?

Firmy, które nie posiadają własnej struktury sprzedażowej, mogą skorzystać z doświadczenia zewnętrznego partnera, jego kontaktów, zlecić zarządzanie całym procesem. Odrywają od własnej organizacji ryzyko poniesienia stałych obciążeń w pełnym wymiarze. Koszty zewnętrznego sprzedawcy mogą być dzielone pomiędzy kilku zleceniodawców. Duże firmy, które posiadają własne struktury, chętnie korzystają z usług firm zewnętrznych, aby obsłużyć mniej atrakcyjne POS, skorzystać z alternatywnego modelu sprzedaży, zlecić zadania, których własny przedstawiciel nie jest w stanie wykonać. Gdy rozmawiamy o outsourcingu części lub całości sprzedaży z dojrzałymi organizacjami, rozmowy dotyczą głównie naszego doświadczenia, stabilności organizacji oraz kosztów. Firmy o ugruntowanej marce nie mają obaw przed oddaniem sprzedaży na zewnątrz. Warto również wspomnieć o filozofii zarządzania przedsiębiorstwem. Wiele firm zgodnie ze sprawdzonym w krajach zachodnich modelem deleguje na zewnątrz procesy nie związane z core biznesem.

Jakie korzyści notuje firma z tego rodzaju współpracy z outsourcerem?

Przy przekazaniu na zewnątrz całego procesu to outsourcer zajmuje się zarządzaniem strukturami sprzedażowymi, szkoleniami, kontrolą pracy zespołu. Jest odpowiedzialny za dostępność i ekspozycję towaru. Odpowiada nie tylko za dostarczenie wykwalifikowanych pracowników, ale również za wyniki sprzedażowe. Ta dziedzina outsourcingu pozwala firmom zrestrukturyzować własny dział sprzedaży, więc outsourcing może być dobrym rozwiązaniem dla firm, które szuka-



ją oszczędności. Proces redukcji kosztów jest jednak rozłożony w czasie. We wstępnych kalkulacjach koszt pracy przedstawiciela wydaje się być porównywalny z kosztami ponoszonymi we własnym zakresie. Tymczasem istnieje wiele innych obciążeń jak: ryzyko zatrudnienia, ewentualnych redukcji, koszty związane z wewnętrznymi zasobami kadrowo-płacowymi, szkoleniami czy obsługą prawną, które wpływają na całość oszczędności.

Czy praktyka outsourcingu sprzedaży będzie zyskiwać na znaczeniu?

Wzrost wartości kontraktów usług outsourcingowych na rynku europejskim w roku 2009 vs. rok 2008 był dwucyfrowy. Rosną przychody w branżach, w których outsourcing jest popularny od wielu lat. Powstają nowe obszary, w których rozwiązania outsourcingowe zyskują na znaczeniu. Kryzys, który dotknął cały rynek w roku poprzednim może być silnym czynnikiem motywującym przedsiębiorców do szukania bardziej optymalnych rozwiązań prowadzenia biznesu.

Rozmawiał Krzysztof Polak