

**Plan przedsięwzięcia (wersja 2.0)**  
**Dokument Inicjujący Projekt (DIP)**  
(produkt cząstkowy P-6)

Przedsięwzięcie „ePrinter” polega na zdiagnozowaniu potencjalnych potrzeb odbiorców firmy „Moja firma” z grupy A w zakresie zapotrzebowania na systemy drukujące i przygotowaniu dokumentacji pozwalającej rozpocząć działania zabiegania o klienta wg przyjętej strategii.

**Ograniczenia**

Wszystkie cele dotyczą grupy docelowej Klientów A (ok. 30-stu) – może ona zostać rozszerzona o pojedyncze firmy na wniosek Handlowców, w przypadku kiedy istnieje uzasadnione przekonanie o wystarczającym potencjale danego klienta (w zakresie działań).

**Cel główny w ramach działania**

**1.) Zbadanie potencjalnego rynku na zbyt systemów drukujących wśród obsługiwanych klientów firmy.** Badanie odbędzie się poprzez specjalne ankiety pozwalające stworzyć indywidualne strategie dla poszczególnych klientów.

- a.) Zbadanie rynku poprzez ankietę (ankietowanie realizowane przez Handlowców) – inwentaryzacja posiadanych technologii u poszczególnych Klientów
- b.) **Wytypowanie potencjalnych Klientów**, którzy wykorzystują technologie związaną z „Moja firma” i **przygotowanie stosownego Raportu** (lista ankietowanych klientów i raport dla każdego z nich)
- c.) Rozpoznanie techniczne oraz problemów jakie klienci posiadają zw. z systemami druku.
- d.) Przygotowanie planu/strategii działania związanych z poszczególnymi klientami
- e.) Rozpoczęcie działań związanych z ich pozyskaniem (np. zaproponowanie umów serwisowych itp.) w ramach przyjętych strategii pozyskania (różnych dla poszczególnych klientów)

**Produkty główne przedsięwzięcia**

**P-0.) Lista Wytypowanie potencjalnych Klientów** wraz z ich charakterystyką, zdefiniowaną strategią działania opartą na zinwentaryzowanych ich potrzebach w zakresie systemów druku. Produkt konieczny do podjęcia działań zabiegania o klientów.

**Produkty cząstkowe (narzędzia konieczne do realizacji Celu/ wytworzenia produktu głównego)**

**P-1.) Grupa ankieta**

- a.) Arkusz ankiety (druk)
- b.) Kryteria oceny pracy Handlowca
- c.) Lista pytań ankiety
- d.) Instrukcja wypełniania ankiety (dla Handlowca)
- e.) <wykreślono>
- f.) System zbierania i rejestrowania koniecznych danych (dostępny dla wszystkich związanych z działaniami)
- g.) Raport oceniający pracę Handlowców (narzędzie sterowania)
- h.) <wykreślono>
- i.) Szkolenie dla Handlowców z realizacji ankiety u Klienta z użyciem wytypowanych technik pozyskiwania danych
- j.) Ankiety - wypełnione danymi zawierającymi informacje o klientach
- k.) Lista wytypowanych klientów na pierwszą wizytę (22+5)

**P-2.) Grupa wizyty**

- a.) Lista scharakteryzowanych wytypowanych potencjalnych Klientów
- b.) Formularz kontaktu
- c.) Raport ze spotkania (formularz po uzupełnieniu danych)
- d.) Wizyty u klientów
- e.) **Technika Pozyskiwania Danych Do Ankiety** w formie **Instrukcji dla Handlowca**

**P-3.) Grupa szkolenia**

- a.) Pierwsze szkolenie związane z realizacją ankiety u Klientów

- a1.) Dokument dla Handlowców opisujący co robimy i po co
- a2.) Prezentacja
- b.) Drugie szkolenie

#### **P-4.) Grupa informacji wejściowe o klientach (produkty cząstkowe zewnętrzne)**

- a.) Lista wszystkich klientów z grupy A i B (dostarcza M.Kowal) i na tej podstawie wytypowanie pierwszej grupy 22 klientów i 5 rezerwowych (wyznacza: D. Xiński)
- b.) Wstępna charakterystyka Klienta (branża, struktura, jakie są tam prowadzone obecnie działania, osoby kontaktowe itp.) (dostarczają Handlowcy –inwentaryzacja sprzętu jaki wiemy że, mają – np. informacje naszego serwisu zweryfikowanie listy klientów.
- c.) Lista odpowiedzialności, którzy Handlowcy odpowiadają, za których Klientów (dostarcza D.Xiński)

#### **P-5.) Integralny system zbierający i rejestrujący dane**

Do zbierania ankiet, komunikacji zespołu oraz zarządzania konfiguracją wykorzystana będzie aplikacja dotProject.

#### **P-6.) Plan przedsięwzięcia**

Niniejszy dokument

### **Opis produktów cząstkowych**

#### **Produkt cząstkowy P-1a. Arkusz ankiety (druk - format graficzny dokumentu)**

Zostanie przygotowany przez i M.Nowak i zatwierdzony przez J.Domańskiego.

#### **Produkt cząstkowy P-1b. Kryteria oceny pracy Handlowca**

Zostanie przygotowany przez J.Domańskiego i zweryfikowany i zatwierdzony przez D.Xińskiego.

#### **Produkt cząstkowy P-1c. Lista pytań do ankiety**

Lista pytań do ankiety zostanie przygotowana przez D. Ygreka (Kluczowy Handlowiec) i J.Domańskiego, oraz zostanie zweryfikowana przez M.Zeta i zatwierdzona przez D.Xińskiego

#### **Produkt cząstkowy P-1d. Instrukcja wypełniania ankiety (dla Handlowca)**

Koncepcja:

Tworzenie techniki realizacji ankiety (rozmowy) będzie podzielone na 3 fazy:

- 1.) Na podstawie produktu „Lista pytań ankiety” zostanie przygotowana **Instrukcja jak taką rozmowę prowadzić**, aby uzyskać wymagane odpowiedzi. Instrukcja zostanie przygotowana na podstawie doświadczeń J.Domańskiego i D. Ygreka
- 2.) Po realizacji reprezentatywnej ilości ankiet (u Klientów przez Handlowców) i powstaniu arkusza oceny ankiet, zostaną wytypowane najlepsze techniki sprawdzone w tworzeniu ankiet przez Handlowców wg ich rekomendacji oraz wartości merytorycznej odpowiedzi (Arkusz oceny ankiet).
- 3.) Po realizacji fazy 1 i 2, ich rezultaty posłużą do przygotowania **Instrukcji realizacji ankiety** na podstawie rezultatów faz poprzednich oraz Handlowcy zostaną przeszkoleni wg przygotowanego schematu. W tej fazie dodatkowo zostaną wykorzystane doświadczenia J.Domańskiego i D.Ygreka z wizyt u Klientów łącznie z Handlowcami.

Rezultatem tego procesu 3-fazowego będzie **Technika Pozyskiwania Danych Do Ankiety** w formie **Instrukcji dla Handlowca**

Dokument ten zostanie zweryfikowany i zatwierdzony przez D.Xińskiego

#### **Produkt cząstkowy P-3a. i P-3b. Szkolenie związane z realizacją ankiety u Klientów**

Szkolenie odbędzie się dwuetapowo:

1. Etap – szkolenie na wejście – czyli co robimy i po co, a także zostanie wykorzystana wstępna **instrukcja jak taką rozmowę prowadzić** (rezultat P-1d. faza 1.)
2. Etap- szkolenie z wykorzystaniem **P-2e.Technika Pozyskiwania Danych Do Ankiety w formie Instrukcji dla Handlowca** oraz **P-1b. Raport oceniający Pracę Handlowców** Do realizacji

szkolenia będą wymagane dokumenty wejściowe dla tego procesu oraz w oparciu o nie przygotowane prezentacje (tworzy J.Domański z pomocą D.Ygreka i zatwierdza D.Ygrek)  
Terminy szkoleń i listę Handlowców, dostarcza i zatwierdza D.Xiński w ramach Harmonogramu

### **Produkt cząstkowy P-1g. Raport oceniający pracę Handlowców (narzędzie sterowania)**

Powstanie w oparciu o dwa produkty: **Kryteria oceny pracy Handlowca** oraz **zrealizowane ankiety** (wypełnione formularze) z użyciem systemu (produkt 1.f.). Idea jest taka, aby rezultaty działań ankietujących można było śledzić na bieżąco (ocena czy ma sens dalej robić ankiety i jakie działania korygujące zastosować). Dodatkowo raport na podstawie tych danych powstanie w dwóch przypadkach:

- 1.) Jako zaplanowany raport okresowy (np. co 2 tygodnie)
- 2.) W sytuacji wyjątkowej, gdy rezultaty będą odbiegały od oczekiwań (np. zbyt słabe wyniki któregoś z Handlowców w ankietowaniu klientów)

Raporty będzie przygotowywał J.Domański i przysyłał do D.Xińskiego  
D.Xiński będzie odpowiedzialny za dyscyplinowanie Handlowców.

### **Produkt cząstkowy P-1k. Lista zatwierdzonych 22 klientów +rezerwowa 5 klientów**

D.Xiński wytypuje z listy wszystkich klientów A (P-4a.) i uzupełni w niej pole „wstępna charakterystyka” będącym opisem dlaczego akurat ten klient został wytypowany. (**produkt P-4b.**)

### **Produkt cząstkowy P-1j. Ankiety**

Handlowcy na podstawie otrzymanych materiałów i szkolenia przeprowadzą ankiety wśród wytypowanych klientów. Na to zadanie przewidziano 1 tydzień kalendarzowy (5 dni roboczych). Daje to średnio 3-4 ankiety do zrealizowania na jednego handlowca.

### **Produkt cząstkowy P-2d. Wizyty u klientów**

Wizyty u klientów odbędą się z udziałem Handlowca i D.Ygreka lub J.Domańskiego, tylko u tych Klientów, którzy rodzą nadzieję stania się klientem potencjalnym w rozumieniu niniejszego przedsięwzięcia. Czas realizacji: 10- 14dni roboczych.

### **Produkt cząstkowy P-5 Integralny system do zbierania i raportowania danych**

#### **Ogólnie wymagania:**

Na początek będzie konieczne zmagazynowanie 30 ankiet (może być po kilka wersji na 1 klienta – uzupełnianie brakujących danych) + ok. 20 formularzy z wizyt daje około 60-70 dokumentów. Dodatkowo te działania należy śledzić dla każdego klienta indywidualnie. Każda firma ma swoje kontakty handlowe, techniczne, zależne od zakresu kompetencji jego pracowników. Każdego z Klientów należy scharakteryzować, a także wszelkie działania handlowe rejestrować w systemie. System powinien autonomicznie także raportować niewykonane zadania (np. brak danych w ankiecie – konieczność ich uzupełnienia), raporty okresowe, z punktów kontrolnych, Terminy umówionych spotkań z Klientami w ramach zespołu realizującego projekt itp. System także powinien zawierać bibliotekę wszystkich dokumentów (produktów) tego projektu np. aktualne szablony ankiet.

#### **Rozwiązanie:**

Do realizacji tego zadania nadaje się aplikacja dotPROJECT posiadająca repozytorium plików z wersjonowaniem, harmonogramowanie projektu z logowaniem postępu, automatyczne powiadamianie o zdarzeniach (np. przekroczenie terminu), możliwość zbierania informacji opisowych.

Dla bezpieczeństwa połączenie z nią będzie mogło następować wyłącznie w bezpiecznym połączeniu szyfrowanym SSL z uwierzytelnianiem użytkowników (podobnie jak aplikacje home-banking-u) Do systemu będą mieć wyłączny dostęp: D.Xiński, M.Zet, D.Ygrek, J.Domański, a w późniejszych etapach handlowcy (dostęp do danych w zakresie przyznanych im kompetencji)  
Czas instalacji i konfiguracji aplikacji do własnych potrzeb: wg harmonogramu.

Aplikacja pozwalałaby w przyszłych etapach rejestrować dane pozostałych klientów dla tego projektu, a także działania z innymi przedsięwzięciami marketingowymi. Będzie stanowić bazę wiedzy jak takie działania przeprowadzać i na co należy zwracać uwagę (baza doświadczenia).  
Odpowiedzialny za uruchomienie: J.Domański

### **Zagrożenia (plan zarządzania ryzykiem)**

**1.) Postawa Handlowców: „Naszym zadaniem jest sprzedawanie, a nie ankietowanie – za to nam nie płacą”**

Działania zapobiegawcze:

- a. Wyjaśnienie Handlowcom istoty przedsięwzięcia „ePrinter” i jego celu przekładających się w dłuższej perspektywie na wzrost sprzedaży
- b. Położenie silnego nacisku na pomiar jakości realizacji działań Handlowców i narzędzia sterowania (produkt cząstkowy 1.g. Raport oceniający pracę Handlowców)
- c. Mobilizacja Handlowców innymi metodami
- d. Wpajanie systematyczności działań i ich raportowanie do D.Xińskiego za pośrednictwem systemu

**2.) Niechęć menadżerów i pracowników działów IT (klientów) do ujawniania informacji o systemach druku, logistycznych, identyfikacji towarów itp.**

Działania zapobiegawcze:

- a. Odpowiednie dobranie pytań w ankiecie i wytypowanie najsukuteczniejszych technik ich zadawania.
- b. Wizyty J.Domańskiego i D. Ygreka u Klientów (większe doświadczenie od Handlowców w rozmowach tego typu)
- c. Działanie w obszarze Klientów do których „Moja firma” już dostarcza spore wolumeny materiałów – zaufanie handlowe

**Kalendarz**

**Faza przygotowania DIP-a (wg harmonogramu)**

Przygotowanie planu, wykonanie wstępnej wewnętrznej ankiety, przygotowanie listy wytypowanych klientów, formularzy, pytań do ankiety, organizacji systemu zbierania informacji, Doprecyzowany plan działania w fazie wstępnej

**Faza 1- wstępna (22+5 Klientów) (wg harmonogramu)**

Pierwsze szkolenie, pierwsze wyniki ankiety, analiza skuteczności ankiety itp. , przygotowanie planu następných faz.

**Faza 2** – nieopisana obecnie -będzie planowana pod koniec fazy 1

Przygotował: J.Domański

**Aprobuje:**

Dariusz Xiński (Członek Komitetu sterującego):

J.Domański (Kierownik Projektu):

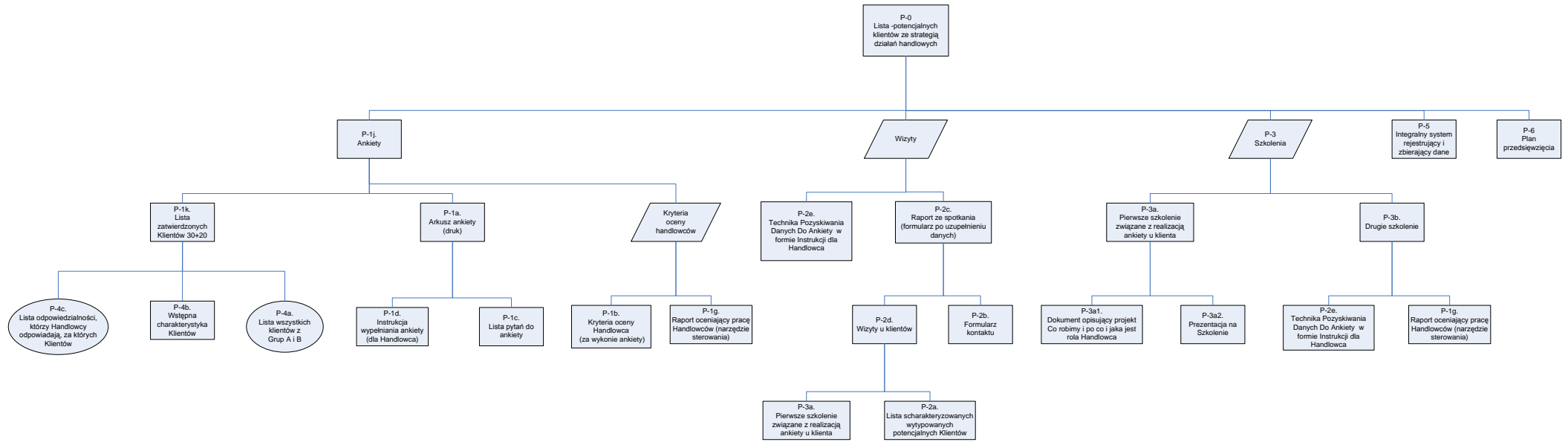
Dariusz Ygrek (Kluczowy Użytkownik):

**Dokument zatwierdzam do realizacji:**

MarianZet (Przewodniczący Komitetu Sterującego) :

Data:

# Diagram Struktury Produktów



# Diagam Nastęstwa Produktów (zależność, który zależy od którego)

