

Smarter Analytics: Sales Performance Management



Smarter Analytics: Sales Performance Management

| Hora | Descripción |
|-------------|--|
| 10:30 | Registro y café de bienvenida |
| 11:00 | Introducción al Sales Performance Management Miguel Hernández Feu, Director Business Analytics España, Portugal, Grecia e Israel Marc Altshuller , Visepresidente Performance Management |
| 11:15 | Presentación de Cognos Sales Performance Management (Varicent) Jesus López-Holgueras, Responsable de Varicent Sur de Europa Salvador Peñalver, Responsable de Preventa Varicent Sur de Europa |
| 12:45 | Caso de éxito Varicent Pablo Vázquez Calvo, Director de Industria de Everis |
| 13:15 | Conclusiones Jesus López-Holgueras, Responsable de Varicent Sur de Europa |
| 13:45 | Cóctel |

Varicent Business Unit Fast Facts

Prior to IBM Acquisition

- #1 on Profit Magazine's Profit 100: Canada's fastest growing company in 2010 and #4 in 2011. First time a company has had back-to-back top 5 finishes
- #1 fastest growing Software Company on Deloitte Fast 500 for all of North America
- #1 "Hot" SPM Solution – Ventana Research 2011 SPM Value Index
- "Positive" Ranking by Gartner in both the general and Insurance marketscopes
- Tremendous traction in market with competitive win rate vs. all other solutions just over 50%
- Global including multi-currency and multi-language product capabilities

Post IBM Acquisition (May 2012)

- Now part of IBM Business Analytics division
- IBM makes headcount investments ranging from 150-200% across the organization
- Move to "Strong Positive" Gartner general marketscope
- IBM Distinguished Engineering team works with Varicent Development to make a big initial push on performance
- IBM decides to rollout Varicent internally starting with accruals and plan letters.
- Complete initial evaluation of synergies with other IBM products for future roadmap
- Roadmap is accelerated by headcount investment

Smarter Analytics: Sales Performance Management

| Hora | Descripción |
|-------------|--|
| 10:30 | Registro y café de bienvenida |
| 11:00 | Introducción al Sales Performance Management Miguel Hernández Feu, Director Business Analytics España, Portugal, Grecia e Israel Marc Altshuller , Visepresidente Performance Management |
| 11:15 | Presentación de Cognos Sales Performance Management (Varicent) Jesus López-Holgueras, Responsable de Varicent Sur de Europa Salvador Peñalver, Responsable de Preventa Varicent Sur de Europa |
| 12:45 | Caso de éxito Varicent Pablo Vázquez Calvo, Director de Industria de Everis |
| 13:15 | Conclusiones Jesus López-Holgueras, Responsable de Varicent Sur de Europa |
| 13:45 | Cóctel |

Sales Performance Management

Sales Performance Management (SPM) se define como una solución global que ayuda a las organizaciones a alinear las ventas con la estrategia a través de la ejecución. Al mismo tiempo mejorando la eficiencia, precisión y previsibilidad del proceso administrativo asociado.

Sales Performance Management abarca los procesos de organización de Territorio, Gestión de Quotas, Compensación de Incentivos y organización de personal interno y canal.

La implantación de una solución de Sales Performance Management proporciona una mejor gestión y utilización de los recursos de ventas.

Los gastos en compensación de ventas se encuentran entre el 11.5% y el 10.7% del revenue total

CSO Insights - Sales Compensation Key Trends Analysis

Las organizaciones que adoptan tecnología SPM mejoran el rendimiento sobre las que no lo hacen – mayor cumplimiento de cuota, más comerciales cumpliendo objetivos, mayor porcentaje de éxito, incremento de revenue

Peter Ostrow, Aberdeen - Sales Performance Management, Getting Everyone on the Same Page

Las organizaciones que adoptan tecnología SPM reducen sus errores en más de un 90%, los tiempos de procesamiento en un 40% y el personal de IT/Administración en más de un 50%

Michael Dunne, Gartner - Sales Incentive Compensation Management Marketscope

Las empresas perderán entre el 5% y el 10% de ventas anuales como "oportunidades perdidas" que podrían haberse capturado a través de una mejor gestión de territorios de ventas, objetivos y planes de compensación.

Source: Gartner Marketscope for Sales Incentive Compensation Management Software

Perfil de clientes de soluciones SPM

Grandes Fuerzas de Ventas



- Generalmente 200+ comerciales
- Directos & Indirectos
- Ventas, Direcciones y otros sujetos con compensación en variable (payees)

Planes Complejos



- Múltiples planes de compensación
- Múltiples variables
- Overlays
- Prorateos
- Splits
- En Especie

Muchos Cambios



- En planes
- En territorios
- En vendedores
- En objetivos

Hay que enfrentarse a los “Pain Points” en función de los perfiles

1

Comerciales



- ¿como funciona mi plan de comp.?
- ¿cuanto dinero voy/puedo a ganar?
- Si no estoy de acuerdo con las comisiones liquidadas, ¿como puedo resolverlo rapidamente?

2

Dirección & Jefes de Ventas



- ¿funcionan los planes de comp. realmente?
- ¿en que vendedores debo focalizarme?
- ¿cumplimos los requisitos regulatorios?
- ¿estan mis vendedores motivados?

3

Operaciones & Creadores de Planes de Comp.



- Calculos manuales y ajustes eternos!!
- Modificar la estructura del plan de compensación es muy dificil
- No puedo plasmar rapidamente Planes creativos
- La Dirección pide reporting & trazabilidad de los cambios

Razones para la adopción del Sales Performance Management



Reducción de errores

Acortar ciclos de ventas

Reemplazo tecnológico



Implantación de nuevos planes

Inducir comportamientos

Incentivar las ventas

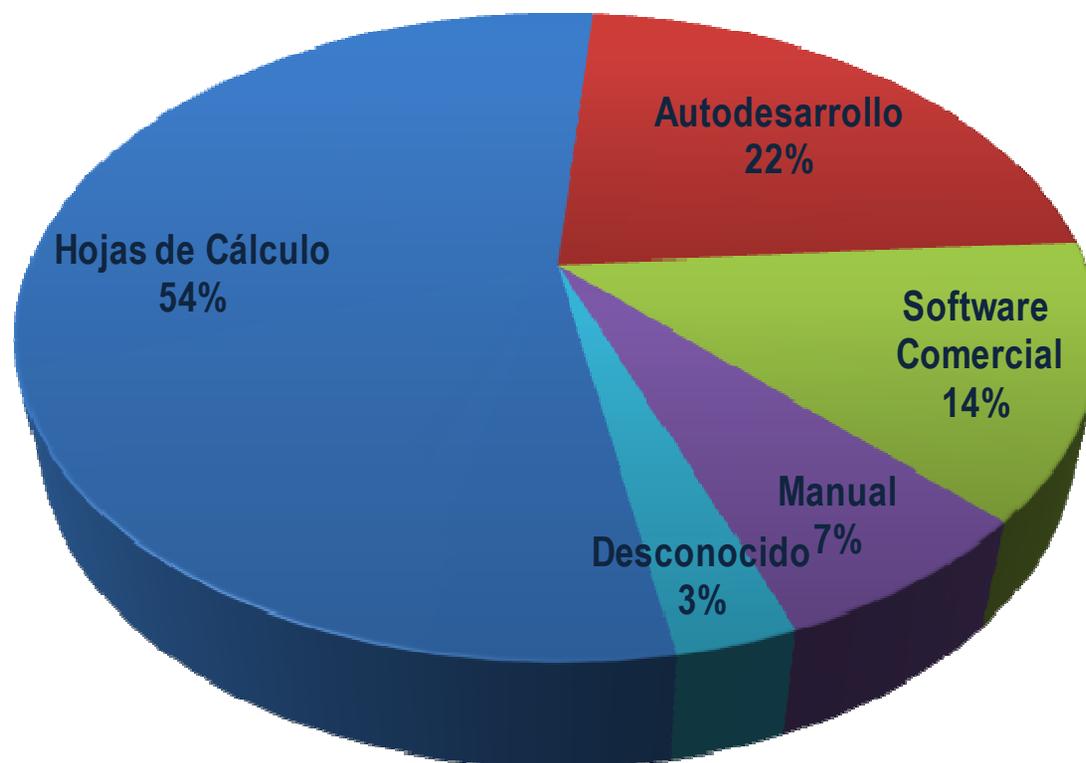


Regulatorio

Compliance

Auditoría

Cómo se calculan las comisiones?



2011 Compensación de Ventas y Performance Management, Análisis de Tendencias Clave

CSOInsights

¿Cómo es de complejo?

- Emitir los cheques a tiempo
- Asegurar que son correctos
- Y . . .
 - Tener flexibilidad en cambios de prioridades
 - Gestionar territorios complicados
 - Plantear cuotas adecuadas
 - Generar entusiasmo
 - Proporcionar informes interesantes y a tiempo
 - Resolver dudas y disputas
 - Con menor headcount
 - Analizar el impacto de nuevos planes
 - Planificar reorganizaciones
- ...



Varicent – Solución Completa Para Sales Performance Management

Compensación de Incentivos



- Plan de Documentación y Comunicación
- Plan de Cálculo y Reporting
- Gestión de Comisiones, Bonus, Recompensas no económicas, Scorecards, Stock Options
- Seguimiento y Resolución de preguntas
- Ajustes del periodo anterior
- Integración de Datos
- Nóminas

Plan de Quota



- Plan individual, Equipo, Regiones, Canales, Productos
- Plan de Objetivos
- Análisis de Varianza
- Planificación de Escenarios
- Aprobación de Quota
- Reasignación de Quota
- Top Down – Bottom Up

Gestión de Territorio



- Optimización de Territorios
- Definición de Territorios
- Planificación y Asignación de Objetivos y Previsiones
- Reglas y Cálculos
- Gestión de Split de Territorio
- Cobertura Temporal
- Prorrato
- Cambios de Territorio Retroactivos

Gestión de Canal



- Seguimiento de ventas directas, OEM y distribuidores
- Gestión de agencias – Seguros
- Certificaciones
- Training
- Elegibilidad del Plan
- Fechas Efectivas de Empleados

Diferenciación de Productos Varicent

- Producto Único
 - Reporting
 - Motor de Cálculo
 - Workflow
 - Logs de Auditoría
 - Preguntas y Conflictos
 - Carga de Datos
- Diseñado para usuario de negocio
- Escalabilidad y Rendimiento
- Motor de cálculo definido por usuario y basado en reglas
- Fortaleza en Roadmap de Producto
- Cultura Corporativa



Varicent – Clientes



IBM Cognos SPM for Mobile

Acceso a Varicent para revisión de reportes y dashboards

Acceso via Browser

HMTL5 for cross-device support



Integración con CRM



- Single Sign-On para acceso a la info ubicada en sistema SPM & CRM, desde una sola pantalla
- Data synchronization automatizada
- Acceso a planes, cuota, reportes de ventas, cuota y territorio

¿Por qué ahora?

- **Reconstruyendo las capacidades comerciales** para cumplir estrategias de crecimiento
- **Mayor control** sobre gastos
- **Mejora en la comprensión** sobre supuestos y resultados previstos en las estrategias de compensación
- **Mayor flexibilidad** para soportar modelos de ventas más complejos y dinámicos
- **Insatisfacción con el tiempo, costes y recursos** requeridos para mantener y mejorar anteriores sistemas de compensación
- **Insatisfacción con la fiabilidad de las hojas de cálculo** para soportar adecuadamente el cálculo de compensaciones

Porqué Varicent proporciona mayor valor



Usuario de negocio

Configuración vs. código
Enfoque visual del flujo



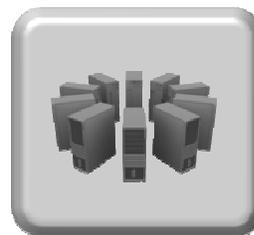
Producto Integrado

Motor de Cálculo, ETL,
workflow, reporting, etc.
Menor coste de propiedad



Flexibilidad

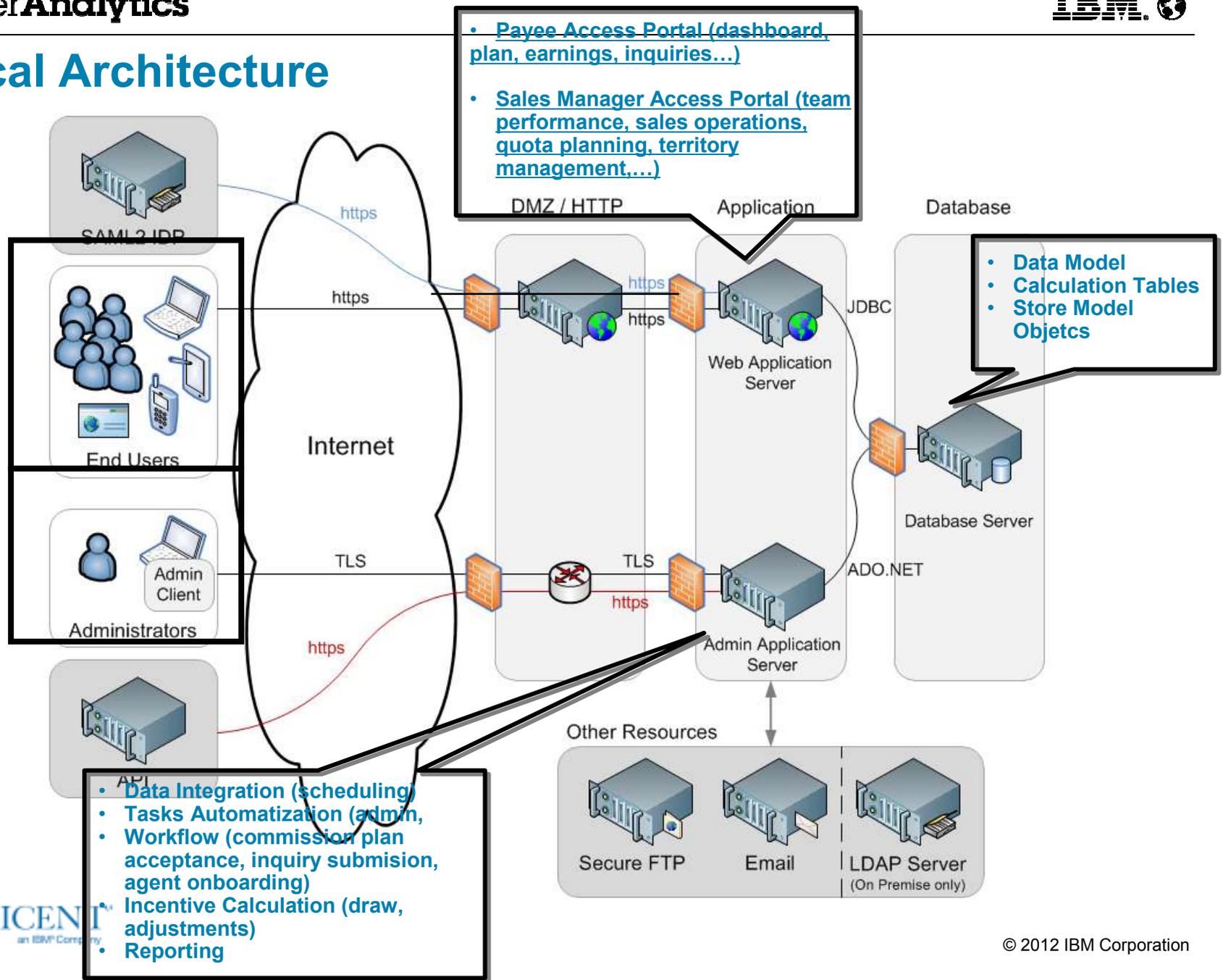
Comisiones, MBOs, etc.
Cumplir necesidad de cambio
Modelo de datos flexible



Rendimiento & Escalabilidad

Hecho para alto volumen
de transacciones
Importaciones, cálculos, etc.

Logical Architecture



Demonstración



Comercial

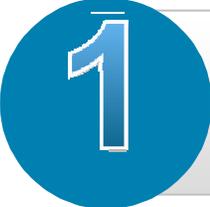


Director de Ventas



**Analista y
Administrador de
Compensaciones**

Caso de Uso: Empresa de venta de componentes y equipos para la instalación de redes de comunicaciones - RTI

-  **Plan semestral de ventas**
-  **Estamos en Abril y se ya se han cerrado las ventas de Marzo**
-  **Las comisiones se pagan a mes vencido**

GRACIAS

