

АНАЛИЗ ДИСТРИБУЦИИ



Увеличение численной и взвешенной дистрибуции по территориям и каналам



Управление продажами за счет локализации и точной проработки проблемных зон по географиям



Рост выручки за счет подбора и выхода в новые точки сбыта



Оценка эффективности работы дистрибьюторов и торговых представителей



Экономия на внутренних затратах, полевых исследованиях



Сравнение себя с конкурентами, выставление и контроль KPI для эффективной работы торговых представителей

