



Estudo de Caso Transportes

Na primavera a empresa de equipamentos eletrônicos marinhos lançou três novos produtos.

Desafio | Embora as vendas fossem fortes durante a primavera e verão, a empresa precisava manter seus revendedores independentes comprometidos e motivados para, proativamente, venderem os novos produtos durante os primeiros meses do outono.

Solução | A equipe da BI WORLDWIDE desenvolveu uma promoção de objetivos definidos para os representantes de vendas da empresa. O programa GoalQuest® incluía:

- Estrutura de três níveis de objetivos com "step-up goals" (alcançou – ganhou)
- Recompensas exponenciais refletindo o grau de dificuldade.
- Premiação com abordagem "Tudo-ou-Nada".
- Design para pagamento por performance.
- Objetivos selecionáveis pelo participante.

Para manter os representantes de vendas focados na venda de produtos durante a promoção de 2 meses, a equipe da BI WORDWIDE desenvolveu uma campanha de comunicação. A campanha incluiu folheto promocional, e-mails, vídeos promocionais e relatórios individuais, mostrando o progresso de cada representante para atingir sua meta.

Resultados

A empresa alcançou um aumento de 9% nas vendas contra os últimos 2 meses.

