



Doradca ds. Sprzedaży Produktów i Aplikacji

Doradca ds. Sprzedaży Produktów i Aplikacji posiada wiedzę z zakresu specjalistycznej technologii (np. CAD) oraz zaawansowanych technik marketingowych połączonych z wiedzą ogólną z zakresu potrzeb klientów. Umiejętnościami równie ważnymi są skuteczność w przekonywaniu podczas prezentacji rozwiązań informatycznych, umiejętność prezentacji oraz reklamy.

Stanowisko to wymaga minimalnego doświadczenia zawodowego udokumentowanego czynną pracą w tym temacie na poziomie minimum 18 miesięcy. W przypadku niespełnienia powyższego warunku, kandydat może przystąpić do egzaminu, lecz w wyniku certyfikacji uzyska jeden z niższych stopni przed tytułem Doradcy ds. Sprzedaży Produktów i Aplikacji

Przegląd wykonywanych zadań

Doradca ds. Sprzedaży i Aplikacji, jako członek organizacji dostarczającej produkty informatyczne (sprzęt, infrastrukturę informatyczną, systemy zarządzania bazami danych, systemy operacyjne, systemy bezpieczeństwa, narzędzia konserwacji systemów oraz usługi outsourcingowe) jest osobą odpowiedzialną za prowadzenie działań promujących określoną linię produktową.

Współpracuje z departamentem marketingu w zakresie określania odpowiednich strategii oraz planów działania, w tym promocji danego produktu czy aplikacji.

Zajmuje się dostarczaniem aktualnych informacji dotyczących dynamiki rynku i trendów, słabych i mocnych stron własnej oferty produktowej, działań konkurencji oraz potencjalnych partnerów. Definiuje i postępuje według określonych strategii sprzedażowych oraz wykorzystuje narzędzia marketingowe do bardziej efektywnej promocji produktów.

Jest osobą wspierającą, zarówno na konwencjach grupowych jak i w indywidualnych rozmowach, przedstawicieli handlowych, by mieli lepszą znajomość i umieli wskazać punkty sprzedażowe dotyczące konkretnego produktu oraz umieli wskazać pozytywne aspekty i możliwości wybranego produktu.

Oparte na aktualnej i głębokiej wiedzy rynków danego typu produktów, przedstawia propozycje zmian, sugeruje i projektuje nowe rozwiązania technologiczne lub przedstawia plany łączenia i integracji własnych produktów z innymi produktami lub usługami proponowanymi przez własną firmę, bądź organizację partnerskie.

Utrzymuje kontakty na szczeblu technicznym z innymi menedżerami produktów oraz z ekspertami architektury systemów informacyjnych, sieciowych, utrzymujących centra baz danych w organizacji, etc.

Wspiera przedstawicieli handlowych oraz organizację Klienta w określaniu możliwości usprawnień biznesowych oraz przy prezentowaniu Klientom różnych propozycji projektowych.

Uczestniczy w grupie sprzedażowej poprzez dostarczanie jej szczegółowych informacji o produkcie, jej efektywnym wspieraniu konfiguracji środowiska pokazowego oraz przy prezentowaniu produktów potencjalnym Klientom. Dzięki znajomości ofert konkurencyjnych produktów efektywnie rozróżnia proponowane Klientom rozwiązania co jest pomocne w określaniu profilu Klienta określaniu jego preferencji oraz zaangażowania.

W przypadku indywidualnych pokazów oferty produktowej, zbiera przykładowe dane i wykorzystuje je do zbudowania określonego, pilotażowego modelu nowego systemu. Rozwiązuje nieskomplikowane, często występujące problemy związane z użytkowaniem konkurencyjnych aplikacji poprzez inteligentne zastosowanie istniejących właściwości i funkcji programu, określa możliwości zastosowania tzw. obejść dla kwestii krytycznych. W przypadku poważnych niedopasowań określa możliwości potencjalnego wykorzystania dodatkowych narzędzi, czy wprowadzenia niewielkich zmian projektowych w danym programie. W pozostałych przypadkach określa specyfikacje funkcjonalne dla wymaganych modyfikacji.

W oparciu o wiedzę związana z występowaniem typowych problemów z funkcjonowaniem aplikacji, przygotowuje propozycje standardowego, efektywnego wykorzystania produktu, współpracuje z organizacją Klienta w celu określenia wizji uproszczonych procedur i przepływów informacyjnych.

Planuje oraz zarządza efektywnym przeprowadzaniem sesji komunikacyjnych (różnego rodzaju formalnych i nieformalnych spotkań, szkoleń, prezentacji, burzy mózgów, etc.) pokazując silne zdolności relacyjne, nastawienie na realizację celów, umiejętność rozwiązywania problemów oraz doskonałą znajomość technik komunikacji biznesowych.

W zależności od rodzaju i zakresu określonego produktu informatycznego, za który ponosi odpowiedzialność, uczestniczy w projekcie w następujący sposób:

w przypadku relatywnie prostych produktów mających niewielki wpływ na organizację (np. drukarka): ma pozwolenie prowadzenia autonomicznych działań, przeprowadzania instalacji, wprowadzania ustawień, personalizacji produktu, szkolenia oraz przekazywania rozwiązań wewnętrznym pracownikom działu IT w organizacji,

w przypadku bardzo skomplikowanych produktów i systemów (np. systemy typu ERP), może być albo członkiem dużej grupy projektowej lub osobą przekazującą grupie pracowników zajmujących się implementacją produktu w danej organizacji potrzebne informacje o danym produkcie (sugerowany zakres projektu, określenie nakładów w projekcie, etc.)

Kluczowe umiejętności behawioralne

Rola Doradcy ds. Sprzedaży Produktów i Aplikacji wymaga znajomości ogólnych zagadnień związanych z technologiami informatycznymi, umiejętności komunikacji i efektywnej współpracy z Klientami, współpracownikami, użytkownikami oraz kierownictwem organizacji.

Poświęcanie uwagi Klientowi, współpraca, umiejętność zbierania potrzebnych informacji oraz wrażliwość organizacyjna i handlowa są wymagane do dobrego i szybkiego rozumienia potrzeb Klienta.

Zdolności analityczne i umiejętności porównywania dostępnych na rynku rozwiązań, porównania, wyobrażenia, aktywność są wymagane do formułowania oraz zatwierdzania rozwiązań.

Zdolność zwracania uwagi na szczegóły, logiczne myślenie, nastawienie na realizację celów, zdolność przystosowania się do szybko zmieniających się warunków, determinacja w realizacji podejmowanych przez siebie działań, umiejętność budowania zespołu, zyskiwania zaufania wśród pracowników oraz definiowania priorytetów jest również jednym z kluczowych wymagań w celu efektywnego przeprowadzania działań sprzedażowych oraz osiągania dobrych wyników.



Polskie Towarzystwo Informatyczne

Zarząd Główny

Al. Solidarności 82A m.5, 01-003 Warszawa

tel: +48 22 636 89 87 fax: +48 22 838 47 05

www.eucip.pl

info@eucip.pl