



INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 15 kwietnia 2015

Tylko dla najsukuteczniejszych i najbardziej etycznych w sprzedaży

Rozpoczęła się rejestracja uczestników VII edycja prestiżowego konkursu Polish National Sales Awards, skierowanego do działów Sprzedaży i Obsługi Klienta. Czas trwania zapisów to sześć miesięcy, od 15 kwietnia do 15 września br. PNSA to nie tylko konkurs, to platforma współpracy i wymiany doświadczeń dla osób zaangażowanych w kształtowanie standardów sprzedaży w Polsce. Tegoroczna, już VII edycja przebiega we współpracy z firmą AT Kearney, partnerem merytorycznym oraz z firmami Everconcept, Macrologic i Agencją DBMS, partnerami technologicznymi.

- PNSA to jedyny konkurs w Polsce, w którym do obiektywnej oceny wykorzystywana jest unikalna metodologia - mówi Elżbieta Pełka, Prezes Zarządu PNSA. - Nagradzani są najlepsi w branży, którzy dzięki udziałowi we zmaganiach są dodatkowo motywowani do tego, aby każdego dnia być jeszcze lepszymi. Nagroda PNSA to potężny akcelerator chęci przekraczania własnych osiągnięć. Naszym najgłębszym pragnieniem jest ulepszanie przyszłości. PNSA promuje posiadanie najwyższych kompetencji, duma z samodoskonalenia się oraz gruntownej i rzetelnej wiedzy branżowej sprzedawców.

Ubiegłoroczna, VI edycji konkursu PNSA zaskoczyła nowymi kategoriami. Po raz pierwszy wręczono nagrody dla najlepszych w dziedzinach: Dyrektor Sprzedaży Ubezpieczeń, Dyrektor Sprzedaży w Banku, Menedżer Sprzedaży B2B oraz przyznano nagrodę i tytuł SUPER SPRZEDAWCA ROKU. Obecnie konkurs liczy 18 kategorii. Uczestnicy są zgłaszani przez swoją firmę, najpierw wypełniają formularze zgłoszeniowe on-line, oceniane przez zaprzysiężonych członków blisko 50-osobowej Komisji Sędziowskiej. Zakwalifikowani do drugiego etapu finaliści przedstawiają indywidualne, 20-minutowe prezentacje. Laureaci wyłaniany są na podstawie liczby zdobytych punktów. Nad przebiegiem konkursu czuwa A.T. Kearney – partner merytoryczny PNSA.

- W tym roku po raz pierwszy oficjalnym partnerem merytorycznym konkursu została międzynarodowa firma doradcza A.T. Kearney – powiedziała Elżbieta Pełka, Prezes Zarządu PNSA. - Jesteśmy dumni z pozyskania partnera specjalizującego się w doradztwie biznesowym świadczonym najlepszym firmom na rynku.

Firma A.T. Kearney wniesie udoskonalenie metodyki oceny nadesłanych aplikacji zgodnie z obecnymi trendami rynkowymi, które będą się koncentrowały wokół innowacyjności i wykorzystania nowych technologii w procesie sprzedaży.

- Proces oceny w konkursie PNSA jest w pełni zautomatyzowany, zostały w nim zastosowane najnowocześniejsze technologie – mówi Jarosław Witwicki, Członek Zarządu, Dyrektor Sprzedaży Macrologic. - Wszystkie aplikacje umieszczone są na wirtualnym serwerze, w tzw. chmurze. Jest to kontynuacja rozwiązania portalowego wprowadzonego w zeszłym roku przez firmę Everconcept.



VII edycja konkursu PNSA to innowacje technologiczne oraz rozszerzeniem platformy edukacyjnej.

- Planujemy przygotowanie raportu „Innowacje w sprzedaży”, który będzie podsumowaniem najlepszych case’ów biznesowych z ostatniego roku oraz ciekawych trendów w zakresie sprzedaży – powiedział Marcin Okoński, Manager A.T. Kearney. - Raport zostanie udostępniony firmom biorącym udział w konkursie, a jego wybrane elementy zostaną przekazane czołowym czasopismom branżowym. W ramach PNSA będą również odbywały się warsztaty sprzedażowe dla uczestników konkursu. Ich celem jest pogłębianie wiedzy oraz transfer najlepszych praktyk sprzedażowych pomiędzy firmami z różnych branż.

PNSA zajmuje się również działaniami takimi jak m.in. przygotowywanie analiz rynkowych, organizowanie dyskusji w gronie specjalistów oraz badań rynkowych realizowanych wspólnie z instytutem badawczym Millward Brown.

Dzięki takim działaniom coraz więcej instytucji i organizacji angażuje się w realizację misji PNSA, jaką jest działanie na rzecz rozwoju przedsiębiorstw poprzez wspieranie działów sprzedaży przy jednoczesnym tworzeniu etosu profesjonalnego sprzedawcy.

- W obecnych realiach rynkowych bardzo ważne jest nie tylko zdobycie, ale głównie utrzymanie klienta oraz zbudowanie z nim partnerstwa – podkreśla Elżbieta Pełka. – Przewaga rynkowa przedsiębiorstwa może być i jest budowana właśnie na poziomie sprzedaży. Wprowadzanie dobrych praktyk w przedsiębiorstwach to pozytywny przykład dla innych firm oraz znak naszych czasów, w których coraz bardziej liczy się odpowiedzialność za pracowników, za biznes i jego otoczenie.

Dla potrzeb konkursu PNSA Agencja DBMS przygotowała z kolei wyselekcjonowaną bazę podmiotów mogących pochwalić się dokonaniem w sprzedaży oraz udostępniła narzędzie do automatyzacji procesów sprzedaży greensender.pl, które umożliwiające budowanie zaangażowania potencjalnych kandydatów do konkursu.

– Jest to narzędzie umożliwiające budowanie kampanii hybrydowych i budowania logiki komunikacji bezpośredniej na podstawie zdarzeń np. kliknięcia w link czy wejścia na stronie- tłumaczy Tomasz Dziobiak, Właściciel, Członek Zarządu DBMS - Dzięki temu możemy automatyzować pewne reakcje ze strony PNSA, np. przypominać o tym, że użytkownik nie ukończył procesu rejestracji.

Dodatkowo DBMS merytorycznie objął opieką i wsparciem część konkursu w zakresie budowania efektywności sprzedaży w kanale mobilnym i internetowym, a także uzyskania synergii między kanałami sprzedaży w przedsiębiorstwach. Przygotowywane „Tips and Tricks” sprzedażowe będą dystrybuowane elektronicznie w formie ebooków i raportów. Już dziś część materiału jest dostępna na stronie www.edbms.pl.