

Od procesów bez wyniku do przepływu wartości w firmie software'owej B2B

Przełamanie stagnacji sprzedażowej i połączenie strategii, sprzedaży, marketingu, wdrożeń, rozwoju produktu oraz finansów w jeden spójny model działania.

KLIENT

Mała firma software'owa B2B

RYNEK

Międzynarodowy

ZAKRES

Strategia, sprzedaż, marketing, wdrożenia, rozwój produktu i finanse

Sytuacja

Firma znajdowała się w okresie stagnacji sprzedażowej i operacyjnej. Wcześniejsze próby naprawy zmierzały w kierunku dokładania kolejnych procesów, struktur i ról zarządczych. Na poziomie formalnym organizacja wyglądała dobrze: istniały obszary odpowiedzialności, mechanizmy zarządzania i udokumentowane procesy. Mimo to sprzedaż stała w miejscu, a przyczyn problemu szukano raczej w pojedynczych osobach niż w sposobie działania całego systemu.

Problem

Problemem nie był brak procesów, lecz to, że duża część z nich działała obok **strumienia wartości firmy** - od strategii i sprzedaży, przez rozwój produktu, po wdrożenia, obsługę klienta i ekonomikę firmy.

Organizacja wykonywała dużo pracy, lecz zbyt słabo widziała:

- co realnie prowadzi do sprzedaży,
- które działania zwiększają szansę na wdrożenie i utrzymanie klienta,
- jak sprzedaż powinna wpływać na kierunek rozwoju produktu,
- które inicjatywy mają biznesowy zwrot - teraz lub w przyszłości,
- gdzie firma traci czas, uwagę i pieniądze.

Podejście SD Management Institute

Kierunek prac był nieintuicyjny: zamiast budować kolejne procesy, SD Management Institute uprościł model operacyjny i spiął go z przepływem wartości biznesowej. Prace przebiegły w dwóch etapach.

1. Audyt strategiczno-operacyjny

Celem była identyfikacja mechanizmów blokujących przełożenie strategii, pracy zespołów i procesów na wynik biznesowy. Analiza objęła wszystkie kluczowe obszary firmy, a jej efektem był pakiet decyzyjny dla zarządu pokazujący, jak przez firmę przepływa wartość biznesowa, gdzie wycieka marża, jak wygląda obecny model operacyjny, jakie KPI powinny monitorować zmianę oraz gdzie automatyzacje i AI mają szansę realnie poprawić czas, koszt lub jakość działania.

Zweryfikowano również, czy strategia firmy była realna przy dostępnych zasobach, kompetencjach i aktualnym tempie działania organizacji, co pozwoliło zarządowi dokonać niezbędnych korekt.

2. Realizacja programu rentowności i odporności operacyjnej

Proces sprzedażowo-marketingowy został przebudowany w kierunku bardziej konsultacyjnym: od omawiania produktu i jego funkcjonalności do diagnozowania problemów klienta i komunikowania wartości biznesowej.

Następnie połączono operacyjnie proces sprzedaży z wdrożeniami i rozwojem produktu. Priorytety produktowe zaczęły wynikać z tego, co ma realną szansę na zwrot biznesowy, a zobowiązania sprzedażowe - z faktycznych możliwości organizacji.

Na tej podstawie zaprojektowano i wdrożono smukły, międzyobszarowy model operacyjny, który dawał narzędzia do realizacji strategii i kontroli kierunku w oparciu o kluczowe KPI firmy.

Co się zmieniło

Różne obszary firmy działać w jednym modelu. Zarząd zyskał podstawę do oceny, które inicjatywy mają sens biznesowy, a które generują koszt bez przełożenia na wynik.

Proces sprzedaży stał się powtarzalny i konsultacyjny - zespół zaczął pracować wokół realnych problemów klientów i w tym kierunku postępował dalszy organiczny rozwój firmy.

Rozwój produktu otrzymał jasną podstawę decyzyjną: co rozwijać teraz, co odłożyć, a czego nie robić.

Model zarządzania firmą stał się prostszy i szybszy - gotowy do skalowania, zamiast obsługiwanie samego siebie.

Rezultat

3 mies. do pierwszych sprzedaży B2B po wcześniejszym okresie stagnacji	6 obszarów strategia, sprzedaż, marketing, wdrożenia, rozwój produktu i finanse połączone wokół jednego wyniku biznesowego	1 model spójny system zarządzania firmą oparty na przepływie wartości biznesowej
--	--	--

Wartość dla firmy

Firma przełamała stagnację sprzedażową i otrzymała model zarządzania lepiej przygotowany do skalowania. Model połączył kluczowe obszary firmy wokół jednego wyniku biznesowego.

Istotna zmiana: przejście od zarządzania procesami do **zarządzania przepływem wartości biznesowej**.