

# Rozdělení outsourcingu prodejních týmů a jednotlivců



Nabídka služeb outsourcingu se rychle rozšiřuje a dnes na trhu najdeme asi pět hlavních druhů služeb v této oblasti – každý z nich má své výhody a odlišnosti vyhovující dané konkrétní situaci.

## 1. Outsourcing jednotlivců

Pronájem jednotlivých prodejních zástupců umožní rychle a flexibilně posílit pokrytí konkrétního teritoria. Může jít o kompenzaci výpadku v teritoriu, který je způsobený odchodem zástupce, dlouhodobou nemocí či mateřskou do-

volenou. Jinou možností je využití aktuální příležitosti na trhu a posílení teritoria pro kampaň, pilotní projekt apod. Některé společnosti nabízejí nástup zástupce dle požadovaného profilu do 1-2 týdnů a někdy je dokonce možné si vybrat z několika nabízených kandidátů. Možnost převzetí úspěšných zástupců je výhodou. Za této situace se pojem neobsazené či slabé teritorium stává důvodem k zamyšlení a iniciaci nového řešení. To pak představuje snaha maximalizovat prodeje při akutní nové příležitosti.

## 2. Outsourcing exkluzivního týmu bez manažera

V zásadě jde o stejnou službu jako outsourcing jednotlivce, ale aplikovanou na více vybraných teritorií či na celou republiku. Předpokládá se využití kapacity vlastních managerů prodeje. I zde je výhodou rychlost zahájení projektu (do 2-3 týdnů) a variabilita délky projektu. Službu je možné využít na sezónní prodej, dále jako flexibilní prodejní nástroj při nejisté situaci na trhu v souvislosti s registrací, kategorizací či vstupem nového

konkurenta příp. generika. V některých případech je důvodem omezující headcount. Nabízí se tak možnost nalezení optimálního pokrytí teritorií v průběhu celého roku s možností kontinuální úpravy dle vývoje situace, např. v intervalu 6 měsíců. Přítomnost vlastních managerů pak umožní ponechání si úplné kontroly nad celým projektem.

## 3. Outsourcing exkluzivního týmu s managerem

Jediným rozdílem proti předchozí variantě je současný outsourcing managera. Tato varianta se nabízí v případě, že farmaceutická firma nemá dostatek kapacity vlastních managerů pro vedení dalších zástupců. Důležité je zapojení manažera týmu co nejbližší vlastních struktur farmaceutické firmy, tedy také co nejbližší marketingu. Součástí nabídky bývá i rozvoj dovedností zástupců prostřednictvím jejich průběžného školení. Tento typ outsourcingu umožní flexibilní navýšení prodejní kapacity, aniž to výrazně navyšuje povinnosti vlastního manažerského týmu.

## 4. Outsourcing sdíleného týmu

Outsurovaný tým propaguje léky nejméně dvou firmám, takže farmaceutická firma si vlastně pronajímá při propagaci určitou pozici, tedy první, druhou apod. Tato služba je zajímavá pro situaci, kdy pro určitou cílovou skupinu má firma jen jeden lék. Nejvíce oceňovanou výhodou je výrazně nižší cena za propagaci jedné pozice ve srovnání s pronájmem celého týmu. Je samozřejmostí, že při volbě kombinace společně propagovaných léků je potřeba adekvátně zohlednit zájmy obou firem. Správný poměr propagace obou léků u vybrané cílové skupiny a respektování frekvence a pokrytí je pak nutné přísně dodržet po celou dobu projektu.

## 5. Produktový outsourcing

Zde se outsourcuje nejen tým prodejních zástupců a manager prodeje, ale také marketing a tím vlastně kompletní péče o daný produkt. Domluva o podmínkách plateb a odměny je individuální, často se odvíjí od určitých dohodnutých hodnot prodeje. Farmaceutická firma si tak

**Podmínkou jakéhokoliv úspěšného projeje, včetně outsourcingu, je kvalita prodejního zástupce a jeho motivace.**

uvolňuje své kapacity finanční, časové, manažerské a jiné. Může se pak plně soustředit na své hlavní priority, tj. např. na nové léky, hlavní terapeutické skupiny apod.

## Shrnutí

Outsourcingové firmy dnes nabízejí jak dlouhodobé partnerství, tak krátkodobé taktické projekty. Využitím outsourcingu má farmaceutická firma daleko větší možnosti flexibilně přizpůsobit velikost prodejních sil momentální situaci na trhu, resp. rychle převést nové příležitosti v prodejní úspěch.

MUDr. Zdeněk Jankových, MBA  
General Manager  
společnosti Pharonia s. r. o.  
www.pharonia.cz

## Druhy outsourcingu prodejních týmů a jednotlivců

Tabulka: © copyright Pharonia 2006

	Outsourcing jednotlivce	Outsourcing exkluzivního týmu bez manažera
<b>Co to je</b>	Poskytnutí jednotlivého prodejního zástupce Výhradně pro jednu firmu	Poskytnutí skupiny zástupců bez manažera Výhradně pro jednu firmu
<b>Typické situace</b>	Výpadek v teritoriu: odchod, nemoc, mateřská dovolená Posílení podpory: kampaň, pilotní projekt; Limitující headcount	Pokrytí celé ČR či vybraných teritorií na přechodnou dobu: sezónní prodej, změny na trhu, těžko předvídatelná registrace, kategorizace, vstup konkurenta apod. Limitující headcount
<b>Obvyklá délka projektu</b>	3-12 měsíců Možnost individualizace	6-12 měsíců Možnost individualizace
<b>Rychlost zahájení projektu</b>	Do 1-2 týdnů	Do 2-3 týdnů
<b>Výhody pro farmaceutickou firmu</b>	Flexibilita délky projektu Rychlost zahájení projektu Možnost výběru zástupců Možnost výměny zástupce Možnost převzetí zástupce Úplná kontrola zástupce	Flexibilita počtu zástupců a délky projektu Možnost výběru zástupců Rychlost zahájení projektu Možnost výměny zástupce Možnost převzetí zástupce Úplná kontrola projektu

Outsourcing exkluzivního týmu s managerem	Outsourcing sdíleného týmu s managerem	Produktový outsourcing
Poskytnutí týmu s managerem Výhradně pro jednu firmu	Poskytnutí pozice (1., 2. aj.) k propagaci Tým propaguje produkty více firem	Převzetí péče o produkt, tj. prodej, marketing a příp. investice a rizika
Pokrytí celé ČR či vybraných teritorií na přechodnou dobu: sezónní prodej, změny na trhu, těžko předvídatelná registrace, kategorizace, vstup konkurenta apod. Limitující headcount	Jen jeden lék pro cílovou skupinu lékařů Nutnost výrazně zefektivnit investice (náklady) do prodejního týmu	Péče o starší či méně významné léky či portfolio Snaha o sdílení investic/rizik Uvolnění vlastních kapacit marketingu
6-12 měsíců Možnost individualizace	6 měsíců a déle Kratší dle dispozic	Nejčastěji 3-5 let Minimálně 1 rok
Do 2-3 týdnů	Individuální dle dispozic	Individuální dle složitosti smlouvy a dle dispozic
Flexibilita počtu zástupců a délky projektu Rychlost zahájení projektu Velká kontrola projektu Navýšení kapacity manažera	Výrazné snížení investic do prodejního týmu Flexibilita délky projektu	Minimalizace rizik Uvolnění finančních a lidských zdrojů pro jiné priority