



Go-to-Market Implementation

Antoma Optimizer™ - Operations

"Ta dig tid att planera, men när tiden för handling har kommit sluta fundera och kasta dig in." Napoleon

Utmaningar och behov

När ni beslutat er för att ändra sättet att gå till marknaden genom en ny Go-to-Market modell är implementeringen avgörande. Oavsett om det är genom er befintliga återförsäljarkanal, om det gäller att skapa en ny kanal eller partnerprogram eller införa en direkt säljmodell.

Många förändringsprojekt må vara hur bra och riktiga som helst, men alltför ofta saknas resurserna, tiden eller förmågan att genomföra förändringen och den önskade effekten av ett utvecklingsprojekt uteblir. Det leder lätt till bortslösade investeringar och besvikna medarbetare.

För att säkerställa en lyckad Go-to-Market implementering, bör du ställa dig några frågor:

- Finns det tydliga actions och ägare att ta tag i för att uppnå den förändringen vi kom fram till i planeringen av vår nya Go-to-Market strategi?
- Har vi en övergripande projektledare som säkerställer att planen följs, att deadlines hålls och att budgeten inte överskrids?
- Har vi rätt resurser för att involvera, informera och följa upp med partners?
- Hur skall vi mäta vad som är framgång eller motsatsen i vår partnerkanal??



Resultat och leverans

Resultatet av Antoma Go To Market Implementation blir oftast antingen utveckling och implementering av ett nytt sätt att gå till marknaden, kanske ett partnerprogram eller en genomgripande förändring av den befintliga affärsmodellen. Oavsett, innehåller leveransen från Antoma:

- En tydlig projektplan kring hur den förändrade Go-to-Market implementeringen skall genomföras.
- Bemanning av projektet – både med interna resurser från kunden och vid behov externa resurser.



Go-to-Market Implementation

Antoma Optimizer™ - Operations

- Framtagande av verktyg för att användas när implementeringen är gjord för att säkerställa effektivitet i genomförandet, analys och uppföljning med scorecards och uppföljningsdokument.

Metoder och insatser

Antomas insatser i ett Go-to-Market Implementation projekt omfattar typiskt följande delmoment:

Förankring och metodgenomgång

Ofta blir Go-to-Market Implementation ett resultat av en Go-to-Market Strategy, där vi tillsammans med kunden jobbat igenom en strategi för hur de skall gå till marknaden. Antingen direkt eller indirekt och i så fall genom ett tidigare definierat partnerprogram, eller om behovet finns kan Antoma som ett projektuppdrag utveckla ett nytt.

Implementation av partnerprogram

Om ett partnerprogram ska implementeras (om Go-to-Market strategin är att bygga upp och använda en återförsäljarkanal) innebär detta avsnitt att vi hjälper till att praktiskt driva projektet och se till att nå en lyckat implementation av partnerprogrammet. Antoma tillsätter projektledare och samarbetar på plats med interna resurser.

Implementation av digitala kanaler

Är beslutet att implementera en digital marknads- och säljkanal till kund, direkt eller via återförsäljare, åtar sig Antoma att projektleda implementation för att nå en framgångsrik implementation och önskat resultat. Antoma samarbetar här med specialister inom digitala media och digitala verktyg som används vid implementationen. Arbetet är att säkerställa både teknisk implementation såväl som organisatorisk och processmässig.

Överlämning och uppföljning

När implementationen av den valda Go-to-Market strategin är klar, säkerställer vi en tydlig överlämning till kunden så att den operativa fasen att driva arbetet vidare säkerställs. En uppskattad fortsättning är att ha ett antal regelbundna uppföljningsmöten med Antoma för att stämma av och eventuellt hjälpa till att justera och vidareutveckla implementationen av Go-to-Market strategin.