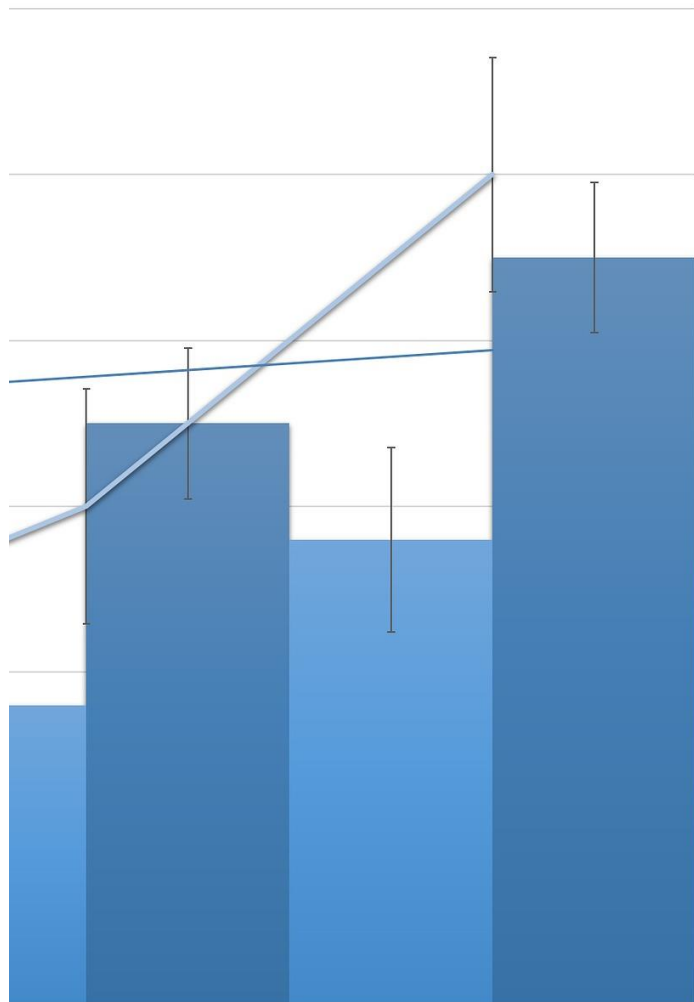


Κατανοώντας τη σημασία του Sales Performance Management



MΑΡΤΙΟΣ 2020

DataBlue

Κατανοώντας τη σημασία του Sales Performance Management

Δίνοντας ώθηση στις πωλήσεις

Η διαχείριση των προμηθειών είναι σαφώς πολύ σημαντική λόγω των τεράστιων οικονομικών της επιπτώσεων στην οργάνωση και στις πωλήσεις σας.

Τα συστήματα SPM βοηθούν τους οργανισμούς να ελέγχουν τη διαδικασία προμηθειών μέσω της αυτοματοποίησης, επιτυγχάνοντας καλύτερη απόδοση, λιγότερα σφάλματα και πιο έγκαιρα αποτελέσματα για τις πωλήσεις.

*Πώς μπορεί η διαχείριση προμηθειών να δώσει κίνητρα
στις πωλήσεις σας χωρίς κινδύνους;*

Πίνακας περιεχομένων

Κατανοώντας τη σημασία του Sales Performance Management	4
Εισαγωγή	4
Τα συστατικά του Sales Performance Management	5
Διαχείριση κινήτρων πωλήσεων	5
Κατανομή των δυνάμεων πωλήσεων	6
Διαχείριση ποσοστώσεων επί των πωλήσεων	6
Δημιουργία εξειδικευμένης ομάδας πωλήσεων	7
Διακρίνοντας τα οφέλη των λύσεων SPM	8
Ευθυγράμμιση με την στρατηγική πωλήσεων και τους στόχους	8
Αποτελεσματικότητα.	8
Απόδοση	9
Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας	9
Καλύτερες αποφάσεις	10
Μοντελοποίηση και forecasting	10
Δέκα πράγματα που πρέπει να αναζητήσετε σε μια λύση SPM	11

Κατανοώντας τη σημασία του Sales Performance Management

Εισαγωγή

Η επιβράβευση των πωλήσεων είναι ένα τεράστιο μέρος των ετήσιων λειτουργικών εξόδων για τις περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις. Δυστυχώς, ο υπολογισμός των προμηθειών και των κινήτρων για τις πωλήσεις παραμένει σε μεγάλο βαθμό μια χειρωνακτική εργασία που απαιτεί πολύ χρόνο, παράγει πάρα πολλά λάθη και καθυστερεί πολύ τη δραστηριότητα των πωλήσεων. Το αποτέλεσμα πολλές φορές είναι ότι οι πωλητές δεν εμπιστεύονται τη διαδικασία αποζημίωσής τους και ξοδεύουν πολύ χρόνο ελέγχοντας και συζητώντας τις διαφορές τους με τις πωλήσεις ή το οικονομικό τμήμα της εταιρείας - χρόνος που θα έπρεπε να δαπανηθεί σε εργασία για δυνητικούς ή υφιστάμενους πελάτες ώστε να οδηγήσει σε έσοδα. Αυτή η αναποτελεσματικότητα δημιουργεί χαμένες ευκαιρίες πωλήσεων που εκτιμάται ότι ισοδυναμούν με το 5 με 10 τοις εκατό των συνολικών πωλήσεων.

Τα συστήματα SPM (Sales Performance Management) βοηθούν τους οργανισμούς να ελέγχουν καλύτερα ολόκληρη τη διαδικασία ανταμοιβής των πωλήσεων μέσω της αυτοματοποίησης για να επιτύχουν καλύτερη απόδοση, λιγότερα σφάλματα και πιο έγκαιρα αποτελέσματα. Τα συστήματα SPM παρέχουν περιβάλλον διαχείρισης με αναλυτικά στοιχεία και διορατικότητα σχετικά με το πόσο καλά λειτουργεί ένα τρέχον σχέδιο προμηθειών καθώς και με ακριβείς προβλέψεις σχετικά με τις επιπτώσεις από την πραγματοποίηση αλλαγών στο τρέχον σχέδιο.

Τα συστατικά του Sales Performance Management

Διαχείριση κινήτρων πωλήσεων

Η διαχείριση των προμηθειών μέσω κινήτρων (Incentive Compensation Management ή εν συντομία ICM) είναι σαφώς πολύ σημαντική λόγω των τεράστιων οικονομικών της επιπτώσεων στην οργάνωση και στις πωλήσεις σας. Δυστυχώς, οι περισσότερες εταιρείες βασίζονται σε υπολογιστικά φύλλα (spreadsheets) για τον υπολογισμό και τη διαχείριση προμηθειών, τον προγραμματισμό ποσοστώσεων (Quotas) και την κατανομή, καθώς και για το σχεδιασμό και τη διαχείριση των γεωγραφικών περιοχών πωλήσεων. Η χρήση υπολογιστικών φύλλων για αυτές τις εργασίες καθιστά όλη τη διαδικασία πολύ πιο επιρρεπή σε λάθη και πολύ λιγότερο διαφανή.

Οι εξειδικευμένες λύσεις ICM (σε αντίθεση με τα μοντέλα υπολογιστικών φύλλων ad hoc) συμβάλλουν στην απλοποίηση της διαχείρισης αποζημιώσεων για τους οργανισμούς, αυξάνοντας την ακρίβεια, μειώνοντας το κόστος και αυξάνοντας την απόδοση των πωλήσεων. Τα έξοδα διαχείρισης αποζημίωσης μειώνονται με την αυτοματοποίηση. Η εξάλειψη των αργών, δαπανηρών και χειροκίνητων διοικητικών διαδικασιών συμβάλλει στην ελαχιστοποίηση των σφαλμάτων υπολογισμού που αλλιώς θα οδηγούσαν σε υπερβάλλουσες καταβληθείσες προμήθειες και σε διαφωνίες επί των πληρωμών. Το αποτέλεσμα λοιπόν είναι ότι οι πωλητές έχουν μεγάλη διαφάνεια στην αμοιβή τους αφού λαμβάνουν ενσωματωμένα αναλυτικά στοιχεία που τους βοηθούν να αποκτήσουν γνώση της απόδοσής τους. Αυτό το γεγονός μειώνει το χρόνο και την προσπάθεια που δαπανώνται για την ολοκλήρωση των προμηθειών.

Οι διαχειριστές αποζημίωσης (αυτοί που θέτουν τους κανόνες στο ICM/SPM σύστημα) μπορούν να εφαρμόσουν αποτελεσματικότερα νέα σχέδια για να ανταποκριθούν στις εξελισσόμενες επιχειρηματικές ανάγκες που τους δίνονται. Οι αναλυτές μπορούν να κατανοήσουν και να κατανοήσουν καλύτερα τον οικονομικό αντίκτυπο των προγραμμάτων παροχής κινήτρων και αποζημιώσεων πριν από την εφαρμογή τους για ακριβέστερη διαχείριση του κόστους και πρόβλεψη. Με λεπτομερή προβολή του συνολικού σχεδίου προμηθειών μαζί με τις δυνατότητες παρακολούθησης, οι

οργανισμοί μπορούν να έχουν μεγαλύτερο έλεγχο στη διαχείριση των προμηθειών πωλήσεων καθώς και να πληρούν τις απαιτήσεις ελέγχου (audit) και συμμόρφωσης (compliance).

Κατανομή των δυνάμεων πωλήσεων

Με τη σωστή κατανομή των δυνάμεων πωλήσεων, θέλετε να βεβαιωθείτε ότι οι κατάλληλοι άνθρωποι έχουν τοποθετηθεί σε κάθε περιοχή και ότι έχουν τις σωστές ποσοστώσεις πωλήσεων. Ένα καλό σύστημα διαχείρισης των γεωγραφικών περιοχών επιτρέπει στους οργανισμούς να δημιουργούν και να επεξεργάζονται αναθέσεις περιοχών και να αντιστοιχούν κανόνες πωλήσεων σε αυτές. Εξασφαλίζει ότι το μοντέλο κάλυψης και το μοντέλο ανάπτυξης ενός οργανισμού είναι ευθυγραμμισμένο με τους εταιρικούς στόχους και τα σχέδια αποζημίωσης προμηθειών. Το προσωπικό και οι διαχειριστές των πωλήσεων πρέπει να είναι σε θέση να δημιουργούν πολλαπλές αναθέσεις περιοχών, ρυθμίσεις προμηθειών και κανόνες εξαίρεσης που βασίζονται σε ορισμούς περιοχών, λογαριασμών πελατών και διαθεσιμότητες προϊόντων. Οι οργανωτικές ιεραρχίες όπως η γεωγραφία, ο δικαιούχος της προμήθειας, το προϊόν και ο πελάτης πρέπει να είναι εύκολα ρυθμιζόμενες παράμετροι. Οι διαχειριστές πρέπει να μπορούν να εφαρμόζουν χειροκίνητες εξαιρέσεις, διαχωρισμούς ή άλλες προσαρμογές όταν είναι απαραίτητο.

Διαχείριση ποσοστώσεων επί των πωλήσεων

Ένα καλό σύστημα διαχείρισης ποσοστώσεων επιτρέπει σε στελέχη, διαχειριστές και επαγγελματίες πωλήσεων να σχεδιάζουν, να διαχειρίζονται και να διανέμουν σωστότερες ποσοστώσεις επί των πωλήσεων για να ανταποκριθούν στις προσδοκίες των εσόδων και να αυξήσουν την απόδοση των πωλήσεων. Οι οργανισμοί μπορούν να μοντελοποιήσουν τον οικονομικό αντίκτυπο των προτεινόμενων ποσοστώσεων πριν από την εφαρμογή, προκειμένου να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα και να συμβάλουν στην ευθυγράμμιση μεταξύ των πωλητών και των εταιρικών στόχων. Οι διαχειριστές αποζημίωσης μπορούν να δημιουργήσουν λογική για να συμπεριλάβουν την επίτευξη επί των ποσοστώσεων που χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό των προμηθειών και του μπόνους για τους αντιπροσώπους πωλήσεων.

Δημιουργία εξειδικευμένης ομάδας πωλήσεων

Μπορείτε να αποκτήσετε πλεονέκτημα χρησιμοποιώντας τα δεδομένα και την τεχνολογία για να προσελκύσετε, να παρακινήσετε και να ενισχύσετε τα κορυφαία ταλέντα πωλήσεων. Η οικοδόμηση της ομάδας πωλήσεών σας περιλαμβάνει αρκετούς τομείς. Το χτίσιμο της ομάδας αρχίζει με την πρόσληψη των σωστών ανθρώπων. Χρειάζεστε ένα σύστημα SPM που προσφέρει ανάλυση των επιδόσεων των κορυφαίων πωλητών για να δημιουργήσετε μια βέλτιστη αξιολόγηση υποψηφίων. Επίσης, ένα τέτοιο σύστημα θα σας παρέχει πληροφόρηση ώστε να σχηματίσετε μια πιθανή αμοιβή βασισμένη σε πραγματικά δεδομένα και να κάνετε μια ανταγωνιστική προσφορά στον υποψήφιο.

Η ομάδα πωλήσεών σας είναι το δημόσιο πρόσωπο της εταιρείας σας. Θέλετε αυτή η ομάδα να παρουσιάζει το εταιρικό μήνυμα και αυτό σημαίνει ότι ακολουθείτε τη μεθοδολογία πωλήσεων του οργανισμού σας. Παρόλο που μερικοί άνθρωποι φαίνεται να γεννιούνται για πωλήσεις, σχεδόν κάθε επαγγελματίας πωλήσεων μπορεί να επωφεληθεί από τη συνεχή εκπαίδευση. Η διαδικασία SPM πρέπει να επιτρέπει τη συνεχιζόμενη τεχνική κατάρτιση πωλήσεων, να υποβοηθάει τις περιοδικές συνεδρίες για την εισαγωγή νέων προϊόντων και πιθανές νέες κανονιστικές απαιτήσεις καθώς και την εισαγωγή και προώθηση προγραμμάτων παροχής κινήτρων για πωλήσεις.

Διακρίνοντας τα οφέλη των λύσεων SPM

Οι εταιρείες που εξετάζουν τη μετάβαση σε ένα νέο σύστημα διαχείρισης επιδόσεων πωλήσεων (SPM) έχουν ανάγκη να γνωρίζουν ότι ο χρόνος, η προσπάθεια και τα έξοδα που συνεπάγεται η υιοθέτηση ενός νέου συστήματος θα φέρουν οφέλη. Μερικά λοιπόν από τα οφέλη που θα αποκομίσετε μεταβαίνοντας σε μια λύση λογισμικού SPM είναι τα εξής:

Ευθυγράμμιση με την στρατηγική πωλήσεων και τους στόχους

Οι οργανισμοί μπορούν να ευθυγραμμίσουν τη στρατηγική πωλήσεων και τους στόχους τους με μια λύση που τους επιτρέπει να εντοπίζουν και να διαχειρίζονται τις περιοχές πώλησης, τις ποσοστώσεις και τα προγράμματα προμηθειών. Το πιο σημαντικό, μια λύση SPM μπορεί να προσαρμοστεί στις αλλαγές της στρατηγικής πωλήσεων και των στόχων.

Αποτελεσματικότητα.

Αποφεύγοντας τις επιρρεπείς σε σφάλματα διαδικασίες που βασίζονται σε υπολογιστικά φύλλα τα οποία αλλάζουν εύκολα αλλά δεν περιλαμβάνουν καμία παρακολούθηση αλλαγών (επομένως ακόμα και αν το μοντέλο σας ήταν σωστό χθες, είναι πολύ δύσκολο να είστε σίγουροι ότι κάποιος δεν έχει κάνει μη εξουσιοδοτημένη τροποποίηση). Τα υπολογιστικά φύλλα συνήθως δεν ενσωματώνουν καμία επικύρωση εισόδου, οπότε ένα απλό τυπογραφικό λάθος μπορεί να εισαγάγει σφάλματα που είναι δύσκολο να βρεθούν. Αποφεύγοντας τα σφάλματα, οδηγούμαστε σε μείωση των υπερπληρωμών διότι θέλετε να ανταμείψετε την ομάδα πωλήσεών σας για όσα κέρδισαν, αλλά όχι περισσότερο από αυτό. Εξάλλου οι υπερχρεώσεις απαιτούν έρευνα και τεκμηρίωση, με αποτέλεσμα ακόμη περισσότερο σπαταλημένο χρόνο.

Τεχνικά, το λογισμικό SPM μειώνει τους χρόνους των κύκλων προμηθειών συντομεύοντας το χρονικό διάστημα μεταξύ της πραγματοποίησης της πώλησης και της πληρωμής του πωλητή. Αυτός ο συντομευμένος κύκλος ενισχύει τη σχέση μεταξύ της προσπάθειας των πωλήσεων και της ανταμοιβής, που συνήθως οδηγεί σε μεγαλύτερη ικανοποίηση και πιο χαρούμενη δύναμη πωλήσεων. Μια χαρούμενη

ομάδα πωλήσεων είναι μια ομάδα πωλήσεων με κίνητρα που φέρνει περισσότερες πωλήσεις και κέρδος.

Απόδοση

Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν ένα καλό σύστημα SPM μπορούν αρκετές φορές να κερδίσουν από πέντε έως έξι ώρες το μήνα ανά πωλητή. Είναι σχεδόν σαν κάθε πωλητής να έχει μία επιπλέον ημέρα το μήνα για να βρεθεί σε πελάτες. Επίσης λόγω της προβολής της απόδοσης των πωλητών, οι ομαδάρχες μπορούν να παρακολουθήσουν την απόδοση της ομάδας τους και να ανταποκριθούν πολύ πιο γρήγορα. Επιπλέον, οι πωλητές είναι πιο αποτελεσματικοί σε cross-sell πωλήσεις προϊόντων στους πελάτες τους. Στην πραγματικότητα, το cross-selling σχεδόν τριπλασιάζεται σε μία εταιρεία που χρησιμοποιεί μια λύση SPM.

Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας

Ο ρυθμός των αλλαγών έχει αυξηθεί σημαντικά σε πολλές βιομηχανίες, με ταχείες διακυμάνσεις της προσφοράς, της ζήτησης και των τιμών. Όσο πιο γρήγορα οι άνθρωποι σας μπορούν να δουν τι συμβαίνει, τόσο πιο γρήγορα θα είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις ανάγκες των πελατών. Ένα καλό σύστημα SPM παρέχει τη γνώση που επιτρέπει στην ομάδα σας να κατανοεί και να ανταποκρίνεται γρήγορα στις μεταβαλλόμενες αγορές και να προσομοιώνει τις αλλαγές στο σχέδιο προμηθειών, ώστε να μπορείτε να δείτε πώς αυτές οι αλλαγές θα επηρεάσουν τις δυνάμεις πωλήσεών σας.

Μείωση του ρίσκου. Όλοι οι οργανισμοί έχουν απαιτήσεις εσωτερικού ελέγχου που πρέπει να τηρούνται. Για παράδειγμα, πρέπει να είστε σε θέση να δικαιολογήσετε τα ποσά που καταβάλλονται σε καθέναν από το προσωπικό. Εκτός από τις εσωτερικές απαιτήσεις, η εταιρεία σας πρέπει να πληροί τους εξωτερικούς κανονισμούς. Για παράδειγμα, ο Νόμος περί συμμόρφωσης και προστασίας των καταναλωτών Dodd–Frank Wall Street Reform and Consumer Protection Act στις Ηνωμένες Πολιτείες απαιτεί από ορισμένες επιχειρήσεις να τεκμηριώσουν και να δικαιολογήσουν την αποζημίωση που λαμβάνουν συγκεκριμένα επίπεδα εργαζομένων. Ένα καλό σύστημα SPM εξυπηρετεί αυτές τις απαιτήσεις.

Καλύτερες αποφάσεις

Οι λύσεις SPM παρέχουν πληροφορίες μέσω αναφορών και αναλύσεων που επιτρέπουν στους οργανισμούς να λαμβάνουν καλύτερες αποφάσεις σχετικά με την επιχείρηση. Οι διευθυντές πωλήσεων και τα στελέχη μπορούν να αποκτήσουν βαθιά και λεπτομερή εικόνα της απόδοσης και της αποτελεσματικότητας των πωλήσεων, τα περιθώρια κέρδους, το κόστος πωλήσεων και τη διείσδυση σε accounts, προκειμένου να οδηγήσουν σε αποτελεσματικότερες στρατηγικές πώλησης και να ενισχύσουν τις ευκαιρίες up-sell και cross-sell.

Μοντελοποίηση και forecasting

Το SPM παρέχει δυνατότητες μοντελοποίησης που βοηθούν τους χρήστες να προσομοιώνουν τις επιπτώσεις των αλλαγών του σχεδίου προμηθειών ή των νέων επεκτάσεων πριν από την εφαρμογή, προκειμένου να βελτιστοποιήσουν τις στρατηγικές πωλήσεων και να μειώσουν τον κίνδυνο. Μοντελοποιώντας τα πραγματικά ιστορικά δεδομένα, οι διαχειριστές μπορούν να προβλέψουν με μεγαλύτερη ακρίβεια τα ποσά των προγραμμάτων προμηθειών για έλεγχο των δαπανών.

Δέκα πράγματα που πρέπει να αναζητήσετε σε μια λύση SPM

Η επιλογή της σωστής λύσης διαχείρισης απόδοσης πωλήσεων (SPM) που ταιριάζει στις ανάγκες του οργανισμού σας περιλαμβάνει την αξιολόγηση ορισμένων παραγόντων:

1. Υψηλή απόδοση. Στην πραγματικότητα, αυτός είναι ένας ικανός λόγος από μόνος του για να προχωρήσουμε από ένα μοντέλο που βασίζεται σε υπολογιστικό φύλλο, σε μια ειδική λύση SPM. Κατά τον υπολογισμό και την επεξεργασία των προμηθειών για εκατοντάδες ή ακόμη και χιλιάδες πωλητές, η λύση SPM πρέπει να μπορεί να επεξεργαστεί μεγάλες ποσότητες δεδομένων από CRM, ERP, HR και άλλα συστήματα.
2. Ευελιξία. Καμία εταιρεία δεν μοιάζει με την άλλη. Κάθε μία έχει τη δική της μοναδική κουλτούρα και τον τρόπο να κάνει πράγματα που κάνουν την εταιρεία αυτό που είναι. Είναι αυτές οι διαφορές που επιτρέπουν σε ορισμένες εταιρείες να είναι πιο επιτυχημένες από άλλες. Αναζητήστε μια λύση SPM που μπορεί εύκολα να προσαρμοστεί στις μοναδικές απαιτήσεις των διαδικασιών και διαδικασιών πώλησης της εταιρείας σας.
3. Ευχρηστία. Βεβαιωθείτε ότι οι χρήστες σας να βρίσκουν την λύση εύκολη στη χρήση. Ένα καλό γραφικό περιβάλλον χρήστη (GUI) που ευκολύνει τις διαδικασίες και δεν απαιτεί από τους χρήστες να συμβουλευούνται το εγχειρίδιο λειτουργίας είναι ζωτικής σημασίας.
4. Mobile. Οι κινητές συσκευές όπως τα smartphones και τα tablets είναι όλο και πιο σημαντικό μέρος του σημερινού επιχειρηματικού κλίματος. Πολλές φορές ξεπερνούν τους παραδοσιακούς επιτραπέζιους και φορητούς υπολογιστές. Επομένως η λύση SPM πρέπει να λαμβάνει υπόψη όλο και περισσότερο «κινητό» εργατικό δυναμικό παρέχοντας είτε αποκλειστικές εφαρμογές είτε κινητές πύλες που έχουν σχεδιαστεί ειδικά για να λειτουργούν με μικρότερες οθόνες. Και φυσικά πρέπει να λειτουργούν με ασφάλεια!
5. Social. Όλο και περισσότεροι χρήστες απαιτούν και αναμένουν κοινωνικές επιχειρηματικές λειτουργίες σε εφαρμογές. Για να ικανοποιήσετε αυτές τις προσδοκίες, θέλετε μια λύση SPM που επιτρέπει στην ομάδα πωλήσεών σας να συνεργαστεί online.
6. Cloud και On-Premise. Τα συστήματα που βασίζονται σε υποδομές νέφους (cloud) προσφέρουν αναγνωρισμένα πλεονεκτήματα σε σύγκριση με τα πιο «παραδοσιακά» συστήματα on-premise. Αλλά ακόμη και με τη μεγάλη δημοτικότητα τους, ίσως να μην είστε αρκετά έτοιμοι να μετακινήσετε τα πάντα στο σύννεφο σήμερα. Επομένως, είναι σημαντικό το SPM να υποστηρίζει και τους δύο τρόπους με ομοιόμορφο τρόπο και λειτουργικότητα.
7. Analytics. Η λύση SPM πρέπει να έχει ένα ολοκληρωμένο σύνολο ενσωματωμένων αναλυτικών εργαλείων όπως αναφορές, πίνακες ελέγχου (dashboards), scorecards και ad hoc αναφορές, αλλά και πιο προηγμένες αναλύσεις όπως προγραμματισμός, προϋπολογισμός και πρόβλεψη, πρόβλεψη μοντέλων και μοντελοποίηση σεναρίων "what-if".

-
8. Αναβαθμίσιμα. Δεδομένου ότι εισάγονται νέες λειτουργίες και βελτιώσεις στη λύση SPM, θα θέλετε περιοδικά να κάνετε αναβάθμιση στην πιο πρόσφατη έκδοση. Εάν επιλέξετε μια εγκατάσταση on-premise, αυτή η διαδικασία αναβάθμισης θα πραγματοποιείται τυπικά με δικές σας εσωτερικές δυνάμεις. Είναι σημαντικό επομένως να έχετε την πλήρη ενημέρωση αναβαθμίσεων και υποστήριξη από τον προμηθευτή σας.
 9. Ενσωμάτωση (Integration). Μια λύση SPM θα πρέπει να μπορεί ενσωματωθεί με πολλά διαφορετικά συστήματα σε όλη την επιχείρηση. Αυτά τα συστήματα περιλαμβάνουν CRM, ERP, HR, τη μισθοδοσία σας και πιθανώς διάφορα άλλα. Αυτή η ενσωμάτωση περιλαμβάνει τόσο συστήματα upstream όσο και downstream.
 10. Προγραμματισμός (Scheduling) & Αυτοματισμοί. Πολλές από τις δραστηριότητες και λειτουργίες που εκτελούνται στο SPM είναι επαναληπτικές και μπορούν να προγραμματιστούν και να αυτοματοποιηθούν για να εκτελεστούν συγκεκριμένες χρονικές περιόδους (δηλαδή, ωριαία, ημερήσια, μηνιαία κ.λπ.). Για παράδειγμα, οι συναλλαγές πωλήσεων εισάγονται στο τέλος κάθε περιόδου, υπολογίζονται οι προμήθειες, δημιουργούνται αναφορές, στέλνονται e-mails και διανέμονται πληρωμές. Η λύση SPM πρέπει να μπορεί να υποστηρίξει όλα αυτά τα είδη των αυτοματισμών.