

# 6 PROBLEMEN DIE JOUW VERKOOPT HINDEREN

(en hoe technologie je helpt deze te  
overkomen)

## Inleiding

# Hoeveel tijd ben jij eigenlijk puur op je klant- en gericht?

Verkopers concentreren zich het liefst op het bouwen van relaties met prospects en het snel hun deals sluiten. Toch houden salesmensen zich maar 32 procent van de tijd écht met verkoop bezig. De andere 68 procent verliezen ze aan zaken die niet met verkoop samenhangen, zoals administratie<sup>1</sup>. Juist de activiteiten die niet-salesspecifiek zijn knippen je verkoopkansen af, zoals:

1. Handmatig je leads beheren.
2. Moeite hebben de juiste klantinformatie te registreren en te vinden.
3. Tijd verspillen aan rapportages en vergaderingen.
4. Handmatig en onnauwkeurig je verkoopprognose doen.
5. Tijd verliezen aan complexe offertes en prijsstructuren.
6. Inefficiënte communicatie via e-mail.

In dit e-book leer je:

- de bottlenecks beter te herkennen.
- ontdekken hoe technologie je helpt, zodat je team sneller kan verkopen.
- onderzoeken en verhalen van inspirerende praktijkvoorbeelden kennen.

Word weer een organisatie waarin je klant écht centraal staat door je te verdiepen in de stappen die nodig zijn om jouw sales aan te jagen.

<sup>1</sup> | Bron: Docurated, State of Sales Productivity

## Inhoudsopgave

- 03 Handmatig leads beheren
- 05 Worstelen om klantinformatie te vinden
- 07 Tijd verspillen aan rapportages en vergaderingen
- 11 Omzetprognoses met spreadsheets
- 13 Complexe prijsstructuren en offertes
- 15 Verdragende e-mail communicatie



## Hindernis 1

# HANDMATIG LEADS BEHEREN

Het begint allemaal met een lead – informatie over een geïnteresseerde klant. Hoe sales daarop reageert bepaalt direct hoe snel prospects klanten worden. Het probleem is dat leads handmatig beheren je veel tijd kost. Belangrijke leaddata bijhouden met e-mail, in spreadsheets, op papier of in verschillende systemen is verre van ideaal. Vervolgens handmatig kijken of die ene lead daadwerkelijk klaar is voor conversie is tijdrovend en het vertraagt je verkoopproces. De helft van je leads heeft nú geen kans van slagen, maar wellicht zijn ze in de toekomst wél kansrijk<sup>1</sup>. Ze worden echter te vaak in de prullenbak gegooid in plaats van gekoesterd, en dat is een gemiste kans!

1 | Bron: Gleanster, Gleansight on Lead Nurturing



68%

van de tijd  
van een verkoper  
is verloren aan  
administratief  
werk. ”

## DE OPLOSSING: Automatiseer het genereren en onderhouden van leads met workflow en businessrichtlijnen

### Maak van het waarderen en sturen van leads een simpele optelsom

Het waarderen van leads helpt je hoge van lage kwaliteit te onderscheiden, kansrijk of -arm, terwijl routing de juiste richting geeft aan je leads. Door het succesvol waarderen en sturen verdwijnen je leads niet tussen de rails en kan de juiste salesmedewerker er op het juiste moment mee verkopen. Je workflow en businessrichtlijnen automatiseren versnelt het totale verkoopproces, dat leadelementen als gedrag, demografie (titel, functie, senioriteit, industrie, geografie, grootte en omzet) en leadbron als basis heeft. Topbedrijven geven

aan, meer dan andere, dat het waarderen van leads op basis van inhoud en betrokkenheid significant bijdraagt aan hun omzet (68% vs. 43%)<sup>1</sup>.

### Red leads van een vroege dood

Zorg ervoor dat systemen en processen ertoe bijdragen dat sales en marketing goed samenwerken. Stop je 'koude' leads in een 'leadversterkingsproces', dat automatisch een follow-up doet en relevante content levert in het gewenste kanaal en op het apparaat van keuze, tot het moment waarop je weet dat de leads klaar zijn om terug te keren naar sales.

1 | Bron: Lenskold Group, Lead Generation Marketing Effectiveness Study

“

De best presterende verkoopteams gebruiken bijna drie keer meer verkooptechnologie dan teams die lager presteren. Dit verlost ze van de nevenactiviteiten van het proces en staat hen toe meer tijd te besteden aan het effectief verkopen van producten.

”

Salesforce, 2015 State of Sales

## Hindernis 2

# WORSTELLEN OM KLANT INFORMATIE TE VINDEN

Nadat een lead binnenkomt hebben verkopers alle mogelijke klantinformatie nodig om met gemak hun dag in te plannen. De meeste informatie is echter verspreid over verschillende systemen zoals e-mail, spreadsheets en ook wel handgeschreven notities. Daarnaast is het, oog in oog met de klant, bijna onmogelijk voor verkopers de informatie er snel bij te pakken.

**DE OPLOSSING:**  
Volledig zicht op je klant, op ieder moment en iedere plek

### Benadruk de juiste data voor effectieve gesprekken

Geef je verkoopteam één plek waar alle relevante klantinformatie staat, zoals open taken, accountactiviteiten en de volledige contacthistorie tussen je klant en jouw bedrijf. Je maakt je salesteam daarnaast effectiever met proactieve prikkels, bijvoorbeeld een vriendelijke herinnering om leads te benaderen of updates van alle relevante informatie in het verkoopkanaal.

### Wees een betrouwbaar klantadviseur

Bedrijven verwachten tegenwoordig meer van hun leveranciers. Goed geïnformeerd aan een gesprek met een potentiële klant beginnen

4.5x



Best presterende verkopers hebben 4.5x meer kans de mogelijkheid van een eenduidig klantprofiel als uitstekend of heel goed te beoordelen.

Lenskold Group,  
Lead Generation Marketing Effectiveness Study

maakt het verschil. Geef je verkoopteam daarom betere leadinformatie dan alleen de standaardgegevens. Bied ze proactief informatie, over bijvoorbeeld bedrijfshiërarchie en dochterbedrijven, en het laatste nieuws over bedrijf, markt en trends. Speciale salestechnologie toont automatisch de beste én recentste bedrijfsinformatie door uit betrouwbare en relevante bronnen te putten, dus je verkopers zijn altijd goed op de hoogte.

## Wees mobiel

Geef je verkopers overal toegang tot de juiste informatie, ook via mobiele platformen. Zo kunnen ze direct na een gesprek snel en eenvoudig informatie invoeren over een potentiële klant, of updates over belangrijke klanten onderweg ontvangen. Zodoende hebben ze op ieder moment en iedere plek de meest recente en relevante leadinformatie bij de hand. Uit ons onderzoek blijkt dat de best presterende verkopers tot twee keer zo vaak als minder goed presterende verkopers gebruik maken van mobiele apps<sup>1</sup>.

1 | Bron: Docurated, State of Sales Productivity



### Hindernis 3

## TIJD VERSPILLEN AAN RAPPORTAGES EN VERGA- DERINGEN

82 procent van de leidinggevenden zegt dat goed inzicht in wat werkt en wat niet werkt cruciaal is voor hun verkoopsucces<sup>1</sup>. Maar dit inzicht wordt doorgaans verkregen via omslachtige spreadsheet-analyses, waardoor kostbare salestijd wordt ingeleverd. Om deze tijdrovende of handmatige rapportage te compenseren, vergaderen verkoopteams vaak – een andere ‘populaire’ vorm van tijdverspilling. Maar liefst tot 14 procent van de werkweek – tot 6,4 uur per week – wordt besteed aan interne communicatie en samenwerking<sup>2</sup>.

### DE OPLOSSING:

#### Rapporteren zonder meetings met dashboards

Een dashboard is een enkel scherm waarin belangrijke data realtime worden bijgehouden; je ziet in één oogopslag alle relevante data. Dashboards stroomlijnen je verkoop- en marketingorganisatie rondom KPI's (winstpercentage, omzet, verkoopactiviteiten, enz.), leadvolume, progressie in de salescyclus, conversiepercentages en verkoopprestaties.

1 | Bron: Qvidian, Sales Execution Trends

2 | Bron: McKinsey Global Institute, The Social Economy





Geef je verkoopteam een boost door ze te bevrijden van al die rapportages en vergaderingen met dashboards die:

**Veelzijdig zijn:** de rijkdom aan in de loop van de tijd opgebouwde klant-, verkoop- en marketinginformatie, verkoopkanalen, locaties, businessunits, teams en gegevensbronnen zijn automatisch zichtbaar in dashboards (dus weg met zoeken en handmatig ordenen).

**Voor iedereen zijn:** het inrichten van een dashboard zou voor iedereen kinderspel moeten zijn, ongeacht je technische vaardigheden.

**Actiegericht zijn:** in een dashboard kan iedereen op praktisch alles klikken om de onderliggende rapporten, informatie en klantprofielen te bekijken. Hierdoor zijn de data zowel handig alsook direct toepasbaar.





“Salesforce maakt ons competitiever. Het heeft ons geholpen een klantgerichte aanpak te creëren.”

-Berno Kleinherenbrink, CEO, LeasePlan Nederland

In de spotlights:

## LeasePlan

LeasePlan Nederland maakt deel uit van 's werelds leidende mobiliteitsbedrijf voor wagenparkbeheer en leaserijders, LeasePlan Corporation. Het bedrijf verhuurt meer dan 1,55 miljoen voertuigen aan klanten in 32 landen. In 2015 bedroeg de winst van het bedrijf €442 miljoen. Vanwege een verschuiving van de focus op voertuigen naar hun bestuurders wist het bedrijf dat het niet langer enkel kon concurreren met zijn producten alleen. LeasePlan wil meer waarde toevoegen aan zijn relaties met bestuurders en zijn klantbenadering in al haar facetten naar een hoger plan tillen, inclusief verkoop en marketing.

Daarnaast is er de ambitie de mondiale bestuurders basis te laten groeien van 1,5 miljoen naar 2 miljoen in 2020. Hierdoor zijn het verdienen van nieuwe contracten en meer prospect- en klantendata kunnen beheren topprioriteiten geworden.

[BEKIJK HET KLANTVERHAAL](#)

LeasePlan vroeg Salesforce in 2012 te helpen deze ambities waar te maken. Samen met Salesforce wist het bedrijf leadmanagement te automatiseren, salesteams te versterken met een compleet beeld van de klant, en de rapportages te versnellen en te verrijken.

## Automatisering Leadmanagement

LeasePlan gebruikt marketingautomatisering om het opvolgen van kansen in het kleinbedrijf en privépersonen te verbeteren. Op basis van de browsegeschiedenis van de prospect verstuurt het bedrijf doelgerichte marketinginformatie, zoals whitepapers, op de sleutelmomenten van de contactcyclus.

“Vroeger maakten we gewoon een aanbieding en stuurden deze naar alle prospects,” vertelt Martijn Versteegen, Marketing en Business Development Director bij LeasePlan Nederland. “Nu kunnen we echter zien hoe verschillend iedereen reageert op verschillende communicatie-uitingen, en wachten we tot een lead interessant genoeg is om een passende aanbieding te doen.”

LeasePlan ging een stap verder door ‘customer journeys’ te bouwen die alle drie zijn verkoopkanalen overspanden. “We zagen vroeger onze verkoopkanalen als aparte onderdelen, maar potentiële klanten bewegen steeds meer van het ene naar het andere,” zegt Versteegen. “Onze programma's die de leads genereren, moeten deze klantenbewegingen ondersteunen door de juiste informatie op het juiste moment te verstrekken.”

## Versterk verkoopteams met een volledig overzicht van de klant

Naast het vastleggen van iedere kans met een CRM-systeem, houdt LeasePlan met behulp van technologie ook vernieuwingen, tenders, internationale accountplannen en relaties met bestaande klanten bij. “Met het juiste CRM kan iedereen zien wat er met een klant gebeurt en wat we moeten doen

om zijn loyaliteit en tevredenheid te verhogen”, verklaart Patrick Vierveijzer, Commercial Director bij LeasePlan Nederland.

Naarmate de business blijft groeien, moet LeasePlan zijn medewerkers ook van de juiste informatie op het juiste moment voorzien. Met mobiele sales-apps kunnen de verkoopteams onderweg bij de klant- en prospectinformatie in het CRM. “Snelheid is essentieel voor groei”, vertelt Vierveijzer, en met een mobiele sales-app “zijn we in staat sneller te reageren dan de concurrentie en blijven we in onze business aan de top.”

Accountmanagers gebruiken de app om collega's taken toe te wijzen, om ervoor te zorgen dat verzoeken van klanten onmiddellijk na een gesprek worden opgevolgd, en om realtime informatie te delen met klanten in plaats van statische rapporten uit te draaien.

## Raporteer sneller en slimmer

Het gaat niet enkel om een volledig overzicht; het gaat er vooral om dat alle beschikbare informatie voor een strategisch plan wordt gebruikt. Toegang tot realtime-informatie wordt steeds belangrijker voor LeasePlan om voorop te blijven in de overvolle vlootbeheermarkt. “Met Salesforce kunnen we meer dynamische en strategische plannen maken,” zegt Vierveijzer. “Het geeft ons inzicht in iedere kans in de pijplijn, wat onze verkoopprestaties verbetert.”

Vandaag is LeasePlan, dankzij slimme technologie, in staat alledaagse verkoop- en marketingbottlenecks te automatiseren en te vereenvoudigen, zodat het met meer aandacht een klantgericht bedrijf kan zijn.



## Hindernis 4

# OMZETPROGNOSES MET SPREADSHEETS

Omzetprognoses zijn direct verbonden met analyses en rapportages. Met precieze verkoopprognoses kun je de juiste strategie bepalen en verwachtingen managen, houd je de cashflow onder controle, en zet je interne middelen efficiënt in. Veel voorspellingen zijn echter te onnauwkeurig. Verkopers kijken naar een lijst met prospects en ze maken, door in een spreadsheet de aantallen te bewerken, een schatting van het aantal deals dat het volgende kwartaal zal worden gesloten. Dit handmatige proces is ineffectief en het gaat ook nog eens ten koste van echte salesactiviteiten.

## DE OPLOSSING: Gooi cultuur en aanpak omzetprognoses over een andere boeg

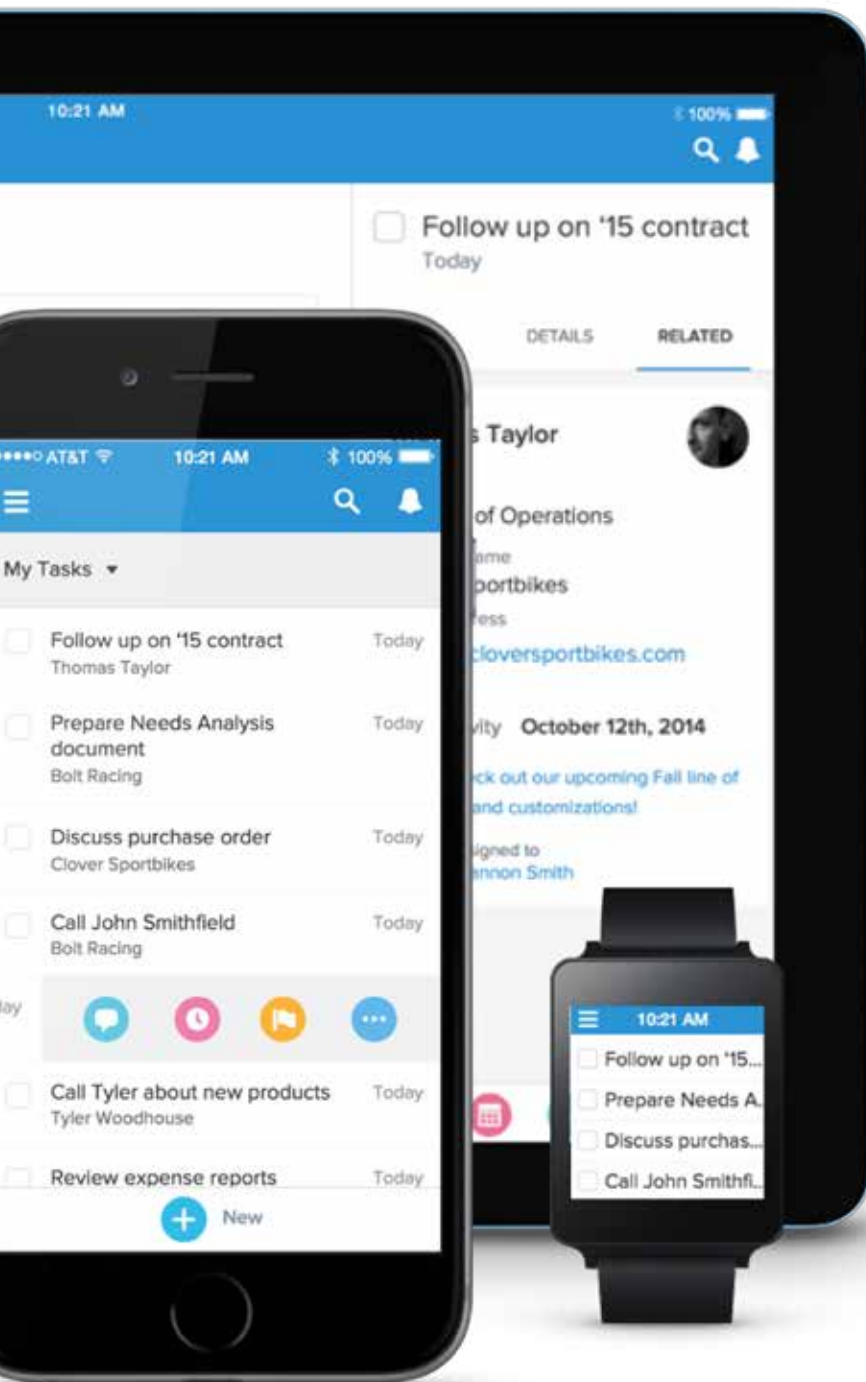
### Vlijmscherpe omzetprognoses

De verkopers van nu verbinden hun prognoses direct met hun salestraining, en zelfs met hun provisie of bonus. Bij de best presterende bedrijven is het 48 procent waarschijnlijker dat de bonus van de manager gekoppeld is aan de nauwkeurigheid van de omzetprognose van zijn verkoopteam. Van bedrijven die sterke prognoses linken aan beloning groeit de omzet, bij een gemiddelde dealgrootte, 3,3 keer sneller dan bedrijven die dit niet doen<sup>1</sup>.

1 | Bron: Aberdeen Group, What Do You Mean There's a Debit on My Commission Check?







## Voorspel je toekomst zonder een glazen bol

Geef je team de technologie die nodig is om resultaten beter te voorspellen. Bedrijven die technologie inzetten voor hun salesanalyse hebben 93 procent meer kans slechte deals te vermijden, zijn 33 procent sterker in het inschatten welke deals daadwerkelijk gesloten worden, en hebben 27 procent meer zelfvertrouwen in het toekennen van extra middelen aan deals die ze het meest verdienen<sup>1</sup>.

De juiste technologie ondersteunt je omzetprognose bij de volgende zaken:

**Nauwkeurigheid:** realiseer nauwkeurigere omzetprognoses door de verschillende stadia in het verkoopproces, de snelheid waarmee leads door het verkoopproces gaan, en de gemiddelde conversieratio bloot te leggen.

**Eensgezindheid:** maak als salesmanager prognoses voor je hele team, zodat aanpassingen aan een individuele verkoopprognose automatisch ook bij de andere teamleden worden doorgevoerd.

**Flexibiliteit:** wees als manager van je salesteam flexibel door verschillende criteria aan je prognose toe te voegen, zoals inkomsten vanuit andere verkoopkansen en aantallen per productgroep.

1 | Bron: Aberdeen Group, Sales Pros Rarely Lack Confidence Until It's Forecasting Time

## *Hindernis 5*

# COMPLEXE PRIJSSTRUCTUREN EN OFFERTES

Komt het volgende je bekend voor? Iemand van je salesteam staat op het punt voor een klant een offerte te maken, maar ze moet eerst een spreadsheet met de prijzen opsnorren. Vervolgens moet ze in haar e-mails zoeken naar de laatste SKU's, en de notities van de vorige vergadering nakijken, om uit te vinden of er kwantumkorting gegeven kan worden. Als producten en diensten alsmat beter worden, moet de documentatie hierin mee. Voor salesmensen die voor dertig items tegelijk een offerte moeten maken kan dit een lastige stap zijn. Maar voor eenvoudige offertes is het net zo moeilijk. Wat moet je doen wanneer er een vooraf uitonderhandelde contractprijs is, speciale prijzen voor kanaal en partner, of aangepaste voorwaarden voor bepaalde leads? Als het ieder voor zich is kan het offerteproces van het hele bedrijf chaotisch worden. Bedrijven reageren hierop door strengere goedkeuringsregels te creëren, wat het proces verder vertraagt.



## DE OPLOSSING: Simpel genereren van winnende offertes

### Écht geautomatiseerd, niet gekunsteld

Automatiseer je offerteproces met technologie die ervoor zorgt dat sales gemakkelijk het offerteproces kan doorlopen en klanten optimaal kan bedienen. Dit voorkomt meteen fouten, doordat alleen wat van toepassing is zichtbaar is. Stel goedkeuringsniveaus op binnen het systeem, zodat je sales veranderingen kan aanbrengen zonder steeds goedkeuring te moeten vragen. Update automatisch veranderingen in prijzen, SKU's, volumekortingen, en andere elementen die relevant zijn voor het vaststellen van de prijs. Volgens de Aberdeen Group (2016) zijn 'best-in-class' salesteams 44% effectiever in het toepassen van de beste kortingsrichtlijnen voor vertegenwoordigers en channelpartners tijdens een RFP wanneer ze hiervoor CPQ-automatisering gebruiken.

### Voeg écht waarde toe voor je sales tijdens een RFP

Geef iedereen binnen jouw bedrijf toegang tot de 'best case practices' voor succesvolle offertes, zodat ze deze kunnen bekijken en gebruiken. Met technologie kun je jouw team helpen met het aansturen op trends, zoals de kans van slagen van een RFP, en deze vertalen naar verkoopacties.



**67%** van de 'best-in-class' verkoop teams gebruikt CPQ technologie om het aantal mensen, functies, etc. dat nodig is om offertes op te stellen en aan kopers door te geven te minimaliseren.

Aberdeen Group, Simplify Complex Sales Processes with CPQ



## Hindernis 6

# VERTRAGENDE E-MAIL-COMMUNICATIE

Elk uur effectieve verkooptijd vergt anderhalf uur individuele voorbereiding op presales en aftersales. Verkopen is een teamsport waarbij intensief samenwerken cruciaal is. Toch maken veel mensen gebruik van e-mailcommunicatie, dat hier niet geschikt voor is. E-mail biedt slechts beperkte speelruimte voor overleg, en de meeste mailboxen zitten al zo vol. Die doorspitten kost te veel tijd. Een bijzonder pijnlijk voorbeeld van (een gebrek aan) samenwerking is het goedkeuringsproces per e-mail. Daar zijn doorgaans meerdere mensen bij betrokken, die even druk zijn als jijzelf. Ingewikkelde deals en deals waarop kortingen van toepassing zijn, hebben vaak goedkeuring nodig. Afhankelijk van de grootte van je organisatie kan dit proces onnodig lang duren. Als jouw salesteam groeit, groeit het aantal mensen dat de deals moet goedkeuren meestal niet mee. Dan is er slechts een klein aantal mensen beschikbaar voor het goedkeuren van steeds meer deals.

1 | Bron: Alexander Group, AGI Sales Time Benchmarking Database





Salesforce, 2015 State of Sales

## DE OPLOSSING:

Iedereen zij-aan-zij samenwerken via social

### Wees één team

Maak gebruik van social-mediaoplossingen, die we allemaal dagelijks gebruiken. Maak een einde aan tijdrovende e-mailthreads en vergaderingen, en betrek iedereen bij het salesproces. Creëer een intern social-samenwerkingsplatform waar alles op één plek staat en ook via je mobiel bereikbaar is. Met 'sociale' technologische toepassingen kunnen bedrijven hun omzet tot 20 à 25% verhogen<sup>1</sup>.

### Wees proactief

Het gaat er niet louter om het RFP-goedkeuringsproces meer social te maken, maar ook proactief. Ontdek waar technologie je kan helpen dat proces te versnellen. Stuur voor goedkeuringen mobiele en sociale alerts naar je beslissers, zodat het besluitvormingsproces wordt versneld.

1 | Bron: McKinsey Global Institute, The Social Economy





## *Conclusie*

# Ben je er klaar voor meer deals te sluiten, en sneller?

Word dan opnieuw een klantgericht bedrijf. Je kunt met technologie je salesteam taken die niet direct met verkoop te maken hebben laten omzeilen, omdat:

1. Je het genereren en onderhouden van leads automatiseert.
2. Je volledig inzicht hebt in je klanten, waar en wanneer je wilt.
3. Je met behulp van dashboards gemakkelijk rapportages maakt.
4. Je direct en volledig inzicht hebt in je omzetprognoses.
5. Je winnende offertes eenvoudig genereert.
6. Je nieuwe manier van communiceren samenwerken en informatie delen bevordert.



Als je klaar bent opnieuw een **klantgericht** bedrijf te worden, ontdek dan waarom wij dit hebben geschreven en hoe jij ermee aan de slag kunt:



[VERVOLG JE REIS](#)



[VERVOLG JE REIS](#)

# Over Salesforce

Salesforce is een Fortune 500-bedrijf voor bedrijfssoftware met 's werelds meest vertrouwde CRM-software. Meer dan 150.000 bedrijven wereldwijd, van alle soorten en maten, vertrouwen op Salesforce, met onder andere Nederlandse bedrijven zoals:



Salesforce is een cloud-based, software-as-a-service (SaaS) CRM-systeem. De software kan dus makkelijk worden aangepast om tegemoet te komen aan de noden van elk bedrijf, klein of groot.

Met Sales Cloud krijgen klanten toegang tot buitengewoon leadbeheer, essentiële rapporten en dashboards, meer nauwkeurige verkoopvoorspellingen, degelijke middelen om interne samenwerking te stroomlijnen, media voor het vlotter laten verlopen van workflow en goedkeuringen, en veel meer – beschikbaar op elk apparaat op elk moment.



De informatie gegeven in deze gids is enkel bestemd ter informatie voor onze klanten. Publicatie door salesforce.com houdt geen instemming in. Salesforce.com verzekert noch de nauwkeurigheid, noch de volledigheid van de gegeven informatie, tekst, afbeeldingen, links of andere elementen in deze gids. Salesforce.com verzekert niet dat u specifieke resultaten zal bekomen door de adviezen in deze gids te volgen. Het is aan te raden dat u contact opneemt met een professional zoals een advocaat, boekhouder, architect, bedrijfsadviseur of professionele ingenieur om advies te krijgen dat op uw situatie is toegespitst.

© 2016 Salesforce.com. Alle rechten voorbehouden.



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM