

GEGEVENSGESTUURDE VERKOOP:

GEEF JEZELF EEN VOORSPRONG MET
RAPPORTAGES EN DASHBOARDS

salesforce

sales cloud

Inleiding

We leven in een tijdperk waarin alles draait om getallen.

Op elk vakgebied en binnen elke functie zijn termen als “big data” en “analytics” gemeengoed geworden. De professional van vandaag verwacht veel van al die gegevens. Hij verwacht meer nauwkeurigheid, verhoogde efficiëntie en droomt van grotere doelmatigheid. Logisch dat hij dit nieuwe, data-gestuurde tijdperk omarmt. In de voorhoede van deze groep die roept om meer data, vinden we de verkooporganisatie. Niet zo gek, want uiteindelijk moet het verkoopteam ervoor zorgen dat het bedrijf blijft draaien. Bedrijven moeten dus beginnen om hun verkoopteams te laten profiteren van de data.

Veel bedrijven weten alleen niet waar ze moeten beginnen als ze data bij hun verkoopinspanningen willen betrekken. Toegang tot gegevens is geen probleem meer, dankzij customer relationship management tools zoals Salesforce die naast de binnengestroomde gegevens over bestaande klanten, elk account volgen en analytics over elk contactmoment en alle interacties bijhouden. Het vinden van bruikbare inzichten uit al deze gegevens is wat bedrijven tegenwoordig echt succes kan brengen, en dit is mogelijk door middel van rapportages, dashboards en prognoses.

Dit e-book kijkt naar hoe de juiste rapportages, dashboards en verkoopprognoses kunnen resulteren in een enorme verbetering van je verkoopprestaties, en hoe ze je kunnen helpen om dit tijdperk van big data te omarmen.

Inhoudsopgave

- 02 Inleiding
- 03 Betere zichtbaarheid, betere prestaties
- 05 Rapporten en dashboards
- 08 Verkoopprognoses
- 10 Conclusie

Hoofdstuk 1

Betere zichtbaarheid, betere prestaties

Volgens Eric Schmidt, CEO van Google, maken we tegenwoordig in twee dagen evenveel informatie aan als in de hele periode tussen het begin van onze beschaving tot aan 2003. Het gaat volgens hem om bijna vijf exabyte aan gegevens.

Vind het signaal in de ruis

Het mag duidelijk zijn dat het probleem voor verkoopteams niet meer is dat ze geen toegang tot gegevens hebben, maar dat ze toegang tot teveel gegevens hebben. Een CRM-oplossing zoals Salesforce helpt een verkoopteam om praktisch overal bovenop te zitten. Met een CRM-oplossing heb je voor al je leads een gegevensbestand. In dit bestand vind je alle relevantie informatie over de recente activiteiten van je prospect, en de interactie van je verkoopteam met deze prospect. Al deze gegevens en bestanden worden samengebracht in een compleet en enorm gedetailleerd overzicht van je verkoopproces.

Voor een verkoopprofessional die enthousiast is over data, zijn er eindeloos veel mogelijkheden om met gedetailleerde, nieuwe informatie aan de slag te gaan. Dealstatus, pijlprijsprestaties, geografische prestaties, prestaties van individuele verkopers — ga zo maar door. Maar al deze gegevens kunnen ons het zicht ontnemen op dat wat er echt toe doet. Dashboards, rapportages en verkoopprognoses maken het verkoopteams mogelijk om in al die gegevensruis bruikbare signalen te vinden waardoor ze echt zinvolle beslissingen kunnen nemen.

Prospect Activities

Activity	Type	Score	Date
Video	Watched 75%+	5	08/20/13
Video	Play	10	12/11/12
Video	Play	10	08/20/13
Video	Play	10	08/29/13
Video	Play	10	11/16/13

Adam Blitzler

B2B Marketing Automation • Pard...

Meet je voortgang in plaats van je resultaten.

Naast dat ze veel verduidelijken, bieden rapportages en dashboards een verkoopteam de kans om heel snel te reageren. De meeste verkooporganisaties kijken vooral naar het resultaat. En al lijkt dit misschien een goede manier om succes te meten, resultaten hebben één groot nadeel: ze zetten niet aan tot actie. Zodra de resultaten vaststaan, kun je er niets meer aan doen om ze te veranderen of beïnvloeden. Als je wilt afvallen, heb je er niet zoveel aan om aan het begin en het eind van de maand op de weegschaal te gaan staan. Je hebt dan geen idee of je op de goede weg bent — en daarom weet je ook niet of je nog scherper op je dieet moet letten of nog wat vaker moet sporten.

Echte verandering kun je alleen teweegbrengen als je voortgang meet en niet alleen resultaten. Verkoopteams moeten in één oogopslag kunnen zien hoeveel voortgang ze hebben geboekt ten opzichte van hun doelen, op elk moment in de verkoopcyclus. Een CRM-oplossing als Salesforce biedt teams de mogelijkheid om dashboards in te richten die direct inzicht bieden in het aantal deals in de pijplijn, waar prospects zich bevinden in de verkoopcyclus, en hoe lang ze daar al zitten. Dankzij dit soort inzichten zien vertegenwoordigers de problemen al vóór die zich daadwerkelijk aandienen en kunnen ze correcties toepassen op een deal die vertraging oploopt in de pijplijn.

Dergelijk inzicht in de voortgang zorgt dat je eerder tot actie overgaat en de verkoopmanagers en hun teams sneller reageren. Dit leidt tot snellere responstijden, een betere aankoopervaring voor de klant, en meer omzet voor je bedrijf.



Klant in de spotlight:

Advanceit

Advanceit is Canada's grootste kredietverstrekker. Advanceit besloot om bij haar CRM-implementatie de dienstverlening flink te verbeteren met Sales Cloud. Sindsdien ziet het bedrijf jaarlijks een groei van 35%, en wordt het zo meegenomen naar een nieuwe wereld van efficiency en klantenservice.

35%

jaarlijkse groei sinds de implementatie van Salesforce

20%

verbeterde productiviteit van de binnendienstmedewerkers dankzij Sales Console

“Zonder Salesforce zouden we als bedrijf niet kunnen bestaan”

— Peter Mazoff
directeur van Advanceit

Hoofdstuk 2

Rapporten en dashboards

De grote hoeveelheid informatie die je dankzij Salesforce binnen handbereik hebt - van realtime snapshots van je sales tot jaaroverzichten - is één van de redenen waarom onze klanten zo succesvol zijn. Sterker nog, uit een onafhankelijk onderzoek onder meer dan 4000 klanten bleek dat zij gemiddeld 52% minder tijd nodig hadden om rapportages op te stellen. Door altijd precies te weten waar je als bedrijf staat, kun je de trends in een vroeg stadium vaststellen, en de beste beslissingen nemen. Dashboards zijn verreweg de beste tools voor dit soort geautomatiseerde inzichten.

Dashboards die omzet genereren en niet alleen maar omzet volgen

Dashboards zijn essentieel, als je belangrijke gegevens toegankelijk wilt maken voor de werknemers die ze nodig hebben. Daarnaast kun je alle neuzen binnen je team ook dezelfde kant op krijgen met een dashboard, met je het succes op dezelfde manier en focus je op dezelfde resultaten. Voor we verder gaan, eerst een definitie van dashboard.

Wat is een dashboard? Een dashboard is één scherm waarin een aantal belangrijke meetgegevens realtime gevolgd worden. Dashboards zijn er in vele soorten en maten, en ze hebben verschillende functies. Hun belangrijkste functie is de relevante gegevens eenvoudig inzichtelijk en toegankelijk te maken. Klinkt simpel, toch?



Waarom zijn dashboards dan zo belangrijk? Met dashboards kun je alle neuzen in je hele sales- en marketingafdeling dezelfde kant op krijgen wat betreft de metrics die je moet volgen. Een goed ontworpen dashboard biedt inzicht in:

- Verkoop KPI's (percentage gewonnen deals, omzet, activiteiten etc.)
- Of je genoeg leads binnenhaalt
- Hoe goed ze de verkoopcyclus doorlopen
- Hoeveel je leads je daadwerkelijk realiseert
- Waar de omzet vandaan komt
- Hoe je campagnes en verkopers het doen

Het klinkt misschien ingewikkeld, maar wees gerust: met Salesforce kan iedereen gemakkelijk een dashboard bouwen, ongeacht zijn technische aanleg. Alle gegevens die je elke dag in je CRM-oplossing wilt zien, kunnen in het dashboard worden opgenomen. Kortom: kun je het meten, dan kan je het op een dashboard zetten. Met een goed dashboard kunnen sales- en marketingmedewerkers al hun taken uitvoeren. Goede dashboards staan bovendien altijd open op het scherm. Iedereen gebruikt ze. De belangrijkste vergaderingen gaan er over. Ze worden voorzien van de informatie uit de belangrijkste rapporten. Met een goed dashboard kun je alle sales- en marketingprocessen stroomlijnen, automatiseren en versnellen. Salesforce biedt daarnaast aanvullende functionaliteit om nog meer te kunnen met je dashboards. Zo kan je dashboard worden ondersteund door Salesforce rapporten, waardoor ze meer worden dan statische plaatjes over je prestaties. Dat betekent dus dat je op zo ongeveer

alles kunt klikken om bij de onderliggende rapporten, gegevens en klantprofielen te komen. Als je een onregelmatigheid ziet of iets anders dat je aandacht trekt, heb je de oorzaak binnen een paar seconden gevonden. Dankzij deze functionaliteit zijn de gegevens op je dashboard dus niet alleen nuttig, maar zorgen ze ook dat je proactief kunt zijn.

Doordat Salesforce dashboards een functionaliteit voor sociale interactie ingebouwd hebben, vormen ze ook het samenwerkingscentrum voor de hele sales- en marketingafdeling. Met Social verander je je dashboards in samenwerkingshubs. Je kunt het zien als je eigen intern Facebook-platform, dat is ingebouwd in het platform. Zo kunnen werknemers een metric of activiteit volgen, deze met collega's delen, er commentaar op geven of een gesprek over het onderwerp aansnijden. Dat klinkt overbodig, maar dat is het niet: het is juist een enorm voordeel. Goede dashboards zijn actieve samenwerkingsplatforms.

Tot slot zijn de Salesforce dashboards moeiteloos toegankelijk via de Salesforce1 mobiele app. Dashboards zijn zo belangrijk, dat je ze niet alleen vanaf je desktop moet kunnen benaderen. Waar je ook bent, je moet toegang kunnen krijgen tot je dashboard. Als je het perfecte dashboard hebt gemaakt, verschijnt deze automatisch en in aangepaste, gemakkelijk te raadplegen vorm op je telefoon - zodat je altijd actie kunt nemen, waar je ook bent.



“Doordat Salesforce dashboards een sociale functionaliteit ingebouwd hebben, vormen ze ook het samenwerkingscentrum voor de hele sales- en marketingafdeling”

Rapporten die het mysterie achter je prestaties ontrafelen

Zoals we al eerder zeiden: dashboards kunnen een flitsende, schitterende weergave zijn van de meest waardevolle gegevens voor jouw team, maar de kracht schuilt in de Salesforce-rapporten die hen in de back-end ondersteunen. Je CRM-oplossing genereert dagelijks een ongelofelijke hoeveelheid gegevens. Dit betekent duizenden en duizenden rijen gegevens. Als je op zoek bent naar informatie waar je iets mee kunt, heb je aan deze gegevens niet zoveel. Gelukkig bieden Salesforce-rapporten je de mogelijkheid om al deze gegevens snel en gemakkelijk te rangschikken, zodat je de benodigde informatie vlot kunt vinden.

Zie de rapporten als verschillende lenzen waardoor je naar je gegevens kunt kijken. Als je een rapport wilt over de activiteiten van de afgelopen maand, kan je filteren op tijd, en alle activiteiten behalve die van jezelf uitsluiten - en voilà: alle informatie die je nodig hebt is meteen beschikbaar. Je kunt dit opslaan als een rapport dat je steeds kunt raadplegen als dat nodig is. Je rapporten worden automatisch gesynchroniseerd en geüpdatet met de nieuwe gegevens die je elke dag genereert.


Als je vroeger zo'n omvangrijke gegevensset gebruikte, had je een heel team van IT-specialisten of gegevensanalisten nodig. Met Salesforce kan elke vertegenwoordiger binnen een paar minuten aan de slag, zonder hulp van buitenaf. De rapportage-interface is intuïtief, eenvoudig en functioneel. Er is geen excuus meer om gegevens uit de weg te gaan. Zet je gegevens voor je aan het werk en wordt een data-gestuurde verkoopheld.

Bekijk nog meer informatie over het verbeteren van je sales: [Bezoek het Salesforce Resource Center.](#)

BEZOEK NU



Als je vroeger zo'n omvangrijke gegevensset gebruikte, had je een heel team van IT-specialisten of gegevensanalisten nodig. Met Salesforce kan elke vertegenwoordiger binnen een paar minuten aan de slag, zonder hulp van buitenaf.

A man and a woman are sitting on a white sofa in a modern office environment. The man, wearing a striped shirt, is pointing at a tablet held by the woman, who is wearing a blue top. They are both looking intently at the screen. In the background, there is a white shelving unit with various items, a desk with a lamp, and large windows showing a cityscape. The overall atmosphere is professional and collaborative.

Klant in de spotlight:

Design Within Reach

Design Within Reach maakt authentiek modern design toegankelijk voor alle consumenten. Toen ze op zoek waren naar een oplossing waarmee ze hun hele designcatalogus en verkoopinfrastructuur op mobiele apparatuur konden zetten voor hun salesteam, was Salesforce de perfecte oplossing: het bood de kracht en flexibiliteit die nodig was om de hoge servicekwaliteit te leveren waar Design Within Reach om bekend staat.

[Bekijk de film >](#)

“Nu we ons salesteam de Salesforce 1 mobiele app hebben gegeven, hebben ze kracht binnen handbereik”

- John Edelman, CEO Design Within Reach

Hoofdstuk 3

Verkoopprognoses

Het nut van verkoopprognoses was altijd op zijn zachtst gezegd wat dubieus. Verkoopprofessionals keken gewoon op hun lijstje met prospects, en gokten maar zo'n beetje met hoeveel daarvan in het komende kwartaal een deal te sluiten viel. Niet bepaald een wetenschappelijk proces. Dit maakte het voor verkoopmanagers ongelooflijk moeilijk om teams te begeleiden, adviseren of aan te sturen.

Maar als het verkoopproces visueel gemaakt wordt, met toevoeging van meer gegevens, krijgt je een geavanceerde verkoopprognose. Zodra verkoopmanagers inzicht krijgen in de stadia van het verkoopproces, de snelheid waarmee de leads zich door de funnel bewegen, en het relatieve succespercentage, wordt een prognose veel meer een wetenschap. Doordat het zo geavanceerd is, is het eenvoudiger om nauwkeurige, zinvolle voorspellingen te doen over je verkoopprestaties. Het maakt het ook gemakkelijker voor je verkoopleiders om te sturen op gedrag, aansturen op prospects, ter ondersteuning van de algemene doelstellingen. Dit betekent dat prognoses meer gewicht in de schaal leggen en dat de rest van de organisatie meer op je voorspellingen kan vertrouwen bij het opstellen van hun jaarplannen.

Meer gemak en meer kracht

Salesforce maakt het verkoopmanagers gemakkelijk om prognoses op te stellen voor het hele team. Kostte het managers vroeger een week om prognoses op te stellen en te implementeren, nu is het dankzij Salesforce




nog maar een kwestie van minuten. In de prognoses kan je de aanpassingen opnemen die door prognosemanagers worden aangebracht aan de prognoses van hun directe ondergeschikten, maar ook de correcties die de gebruikers van prognoses toepassen op hun eigen voorspelde cijfers. Dit zorgt ervoor dat het proces soepeler verloopt, meer in onderling overleg, en uiteindelijk nauwkeuriger.

Een verkoopmanager kan daarnaast naar behoefte tot vier verschillende soorten prognoses tegelijkertijd opnemen voor jullie organisatie. Bijvoorbeeld: je wilt een prognose voor de omzet uit kansen, maar ook de aantallen per productlijn. Je kunt switchen tussen de prognose-types door te klikken op de naam van de prognose en een ander type uit het popup-menu te kiezen. De quota en aanpassingen worden per type prognose opgeslagen.

Daarnaast kunnen gebruikers prognoses en de bijbehorende kansen inzien per prognose-categorie, per individuele medewerker en voor iedereen die onder hen zit in de prognose-hiërarchie. Zo kan je de “best case”-prognose zien voor een bepaalde maand, voor alle verkoopmanagers die aan jou rapporteren, alle vertegenwoordigers die aan hun managers rapporteren, of alleen de prognoses voor een individuele medewerker. Gebruikers kunnen daarbij zowel hun eigen prognoses bijstellen als die van collega's die één niveau onder hen werken. De gebruikersinterface maakt het eenvoudig om met een opportunityteam statusberichten aan te maken, omdat gebruikers zich gemakkelijk kunnen verplaatsen.

De flexibiliteit van Collaborative Forecasts en het gebruiksgemak maakt van verkoopprognoses een onmisbare, data-gestuurde verkooptool in plaats van een gevreesde activiteit.



Doordat het zo geavanceerd is, is het eenvoudiger om nauwkeurige, zinvolle voorspellingen te doen over je verkoopprestaties. Het maakt het ook gemakkelijker voor je verkoopleiders om te sturen op gedrag ter ondersteuning van de algemene doelstellingen.

Conclusie

Sales is heel lang een kwestie van onderbuikgevoel geweest, maar dat is snel aan het veranderen. De big-data-revolutie en toegenomen concurrentie zijn de drijvende krachten geworden achter een nieuw soort sales. De succesvolste vertegenwoordigers worden ondersteund door solide rapportages en gevoed door dashboards die veel inzicht bieden. Ze vertrouwen op data-gestuurde prognoses voor hun planning en voor de evaluatie van hun prestaties.

Bij elke stap worden ze omgeven door data. Met behulp van een CRM-oplossing zoals Salesforce, kunnen verkoopteams deze gegevens inzetten als een krachtig wapen, terwijl de concurrentie nog moeite heeft hun eigen informatie te benutten.

VERKOOPOPLOSSINGEN WAAR JE BEDRIJF NOG PRODUCTIEVER VAN WORDT

Als je je verkoop wilt laten toenemen en een transparant verkoopproces wilt opzetten, heb je een gebruiksvriendelijk Customer Relationship Management-systeem nodig. Met Salesforce kun je contactgegevens over klanten, prospects, accounts, leads en verkoopkansen allemaal op één centrale plek opslaan.

[Meer informatie ›](#)

32%

Meer
succesvolle leads

40%

Hogere sales-
productiviteit

32%

Meer
omzet



De informatie in dit e-book is alleen bedoeld als informatie aan onze klanten en heeft alleen informeren tot doel. Publicatie door salesforce.com vormt geen aanbeveling. Salesforce.com geeft geen garantie over de nauwkeurigheid of volledigheid van informatie, tekst, afbeeldingen, links of andere items in dit e-book. Salesforce.com geeft geen garantie dat je bepaalde resultaten zult behalen als je de adviezen uit het e-book opvolgt. Je kunt het beste contact opnemen met een professional zoals een advocaat, accountant, architect, bedrijfsadviseur of professioneel technicus voor specifiek advies voor jouw situatie.

© 2014 Salesforce.com. Alle rechten voorbehouden.

BRONNEN DIE MISSCHIEN OOK INTERESSANT ZIJN VOOR JE:



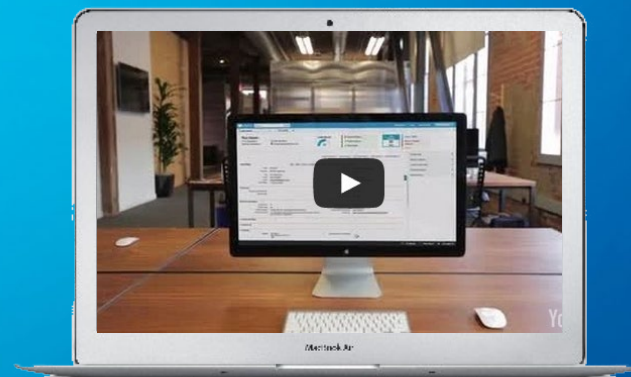
Verkoopmanagers worden verkoopleiders dankzij de juiste technologie

DOWNLOADEN



Hoe zorg ik dat mijn buitendiensthelden productiever worden

DOWNLOADEN



Bekijk een demo

NU BEKIJKEN



THE CUSTOMER SUCCESS PLATFORM