

Kleine bedrijven

Growth Kit

salesforce

Stippel je groeipad uit met tips en tools van experts

INCLUSIEF

Succesvolle salespitch

Checklist met tips van onze experts!



Inhoud

- 1 Breng je groeipad in kaart **p. 3**
- 2 Bereid je reis voor **p. 6**
- 3 Evalueer en optimaliseer je tools **p. 9**



Welkom bij de Growth Kit voor kleine bedrijven

We helpen je op weg met inzichten, tools en tips.

Inleiding

Op weg naar groei krijg je vaak te maken met hindernissen. Om deze hindernissen te nemen zijn er drie dingen die je kunnen helpen de gewenste groei te realiseren: een goed plan, een goede voorbereiding en de juiste tools en oplossingen. In deze Growth Kit vind je nuttige inzichten voor alle drie die gebieden, ongeacht hoe ver je al bent op het groeipad.

Breng je groeipad in kaart

Je bedrijf laten groeien is een zware klus, en helemaal als je geen helder omschreven doelen hebt. Hoe kun je de goede route gaan uitstippelen?

Salesforce zelf heeft een enorme groei doorgemaakt. Deze groei is, behalve aan de producten die we verkopen, te danken aan het proces dat we toepassen, V2MOM genaamd. V2MOM staat voor 'vision', 'values', 'methods', 'obstacles' en 'measures' (visie, waarden, methoden, obstakels en meetpunten).

Dit zijn de vijf belangrijkste vragen die je jezelf moet stellen als je wilt groeien:

Visie: wat wil je?

Waarden: waarom is dit belangrijk?

Methoden: hoe ga je te werk?

Obstakels: wat kan in de weg staan je doel te bereiken?

Meetpunten: hoe meet je de resultaten?



Visie



Waarden



Methoden



Obstakels



Meetpunten

Zet in 4 stappen je koers uit:



Breng je V2MOM in kaart.



Deel dit en zorg voor buy-in van je team.



Laat elk team en vervolgens elke medewerker een eigen V2MOM uitwerken.

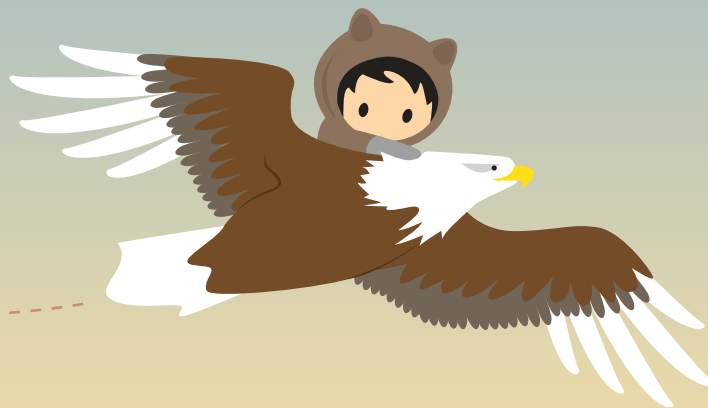


Blijf de voortgang evalueren.

Maar, alleen het beantwoorden van deze vragen is niet genoeg, er komt meer bij kijken. Om een grote verandering succesvol te laten verlopen moet je de uitkomsten delen met je team en ze vragen om de vragen ook te beantwoorden. *(Als jouw visie bijvoorbeeld X is, moet de visie van je team een aanvulling vormen op X.)*

Wanneer jouw teamleden deze uitkomsten gaan toepassen en hetzelfde proces bij hun eigen teams gaan gebruiken, komen mensen en activiteiten in lijn met elkaar. Goed afgestemde activiteiten leiden niet alleen tot groei, maar zijn belangrijk voor praktisch alle andere zaken die je wilt bereiken.

[Lees meer over het concept van V2MOM](#)



Voor snel
groeiende
bedrijven zijn
continu overleg
en continue
afstemming
essentieel.

– **Marc Benioff**
Chairman en CEO, [salesforce.com](https://www.salesforce.com)

Bereid je reis voor

Om te slagen in sales heb je meer dan een effectieve pitch nodig. Een effectieve pitch gaat niet alleen over je aanbod. Gebruik de pitch om je aanbod af te stemmen op de vraag. Speel in op de veranderende behoeften van je klanten en de uitdagingen waarmee ze te maken krijgen. Hier volgen een aantal tips voor een impactvolle pitch.

1. Doe gedegen onderzoek

82% van de salesmedewerkers speelt niet in op de behoeften van hun klanten. Onderscheid jezelf door onderzoek te doen. Als je het bedrijf, de branche en concurrentie van een prospect goed kent, kun je de juiste vragen stellen en je boodschap afstemmen op zijn specifieke uitdagingen.

2. Praat met de juiste persoon

Je hebt niets aan onderzoeks- en klantgegevens als je niet in gesprek bent met de persoon die over een aankoop beslist. Met sales intelligence tools of via social media, zoals LinkedIn, kun je achterhalen wie over de aankoop beslist en je dus moet gaan benaderen.



3. Bereid je voor op bedenkingen

Zorg dat je tijdens je pitch eventuele bedenkingen kunt beantwoorden. De meest voorkomende bedenkingen en tegenwerpingen vallen in deze vier categorieën:

Budget: "We hebben geen budget."

Bevoegdheid: "Ik moet eerst overleggen met X."

Noodzaak: "Ik ben tevreden met de huidige oplossing."

Tijd: "We hebben het nu te druk."

Bereid je voor op alle mogelijke bezwaren. Vertaal ze naar een onderliggende behoefte voor jouw product of service (bijvoorbeeld: wanneer je product de klant geld kan besparen, is dat een prima tegenwerping voor het budgetbezwaar)..

4. Zorg dat je snel kunt reageren

Blijf niet stug vasthouden aan je vertrouwde pitch. Praat minder, luister meer en bespreek alleen wat de klant het meeste aanspreekt. Een goede pitch voelt niet aan als een verkoopgesprek, maar als een interessant gesprek over zakelijke behoeften.

5. Eindig altijd met overeengekomen vervolgstappen

Elke salespitch moet eindigen met een inhoudelijke vervolgactie. Zelfs als de klant de deal nog niet wil afronden, moet je de prospect in de koopcyclus houden en een vervolgspraak proberen te maken of een proefperiode aan bieden.



Evalueer en optimaliseer je verkoopsystemen

Veel kleine bedrijven hebben geen gestructureerd systeem om salesprospects en klantgegevens bij te houden. De bedrijven die dat wel hebben, gebruiken meestal gedateerde tools zoals e-mail (44%) en spreadsheets (41%).

Snelgroeibedrijven pakken het anders aan. Ze danken hun groei aan productinnovaties, betere interne processen en het gebruik van innovatieve apps. Maar het belangrijkste verschil is dat ze gebruikmaken van een CRM-systeem (Customer Relationship Management systeem).

Bedrijven die een CRM-systeem gebruiken, hebben 29% meer sales en 41% meer omzet gerealiseerd. Dat zijn fantastische resultaten maar het is geen magie. Met een CRM-systeem verzamel je alle essentiële klantgegevens op een centrale plek. Hierdoor ben je in staat om in een applicatie alle contactgegevens in te zien, te volgen via e-mail of social media, taken te beheren, prestaties bij te houden en nog veel meer. Door het juiste CRM-systeem te gebruiken kun je meer deals sluiten, je verkoop verhogen en betere prognoses doen.

35%
van de eigenaren van kleine bedrijven ligt 's avonds wakker omdat ze overdag tijd te kort komen.

Salesforce helpt jou je volgende doel te bereiken met slimme sales- en service-automation. Ondersteuning waar je ook nog tijd mee terugwint.



Is het tijd om in CRM te investeren?

We hebben zes indicatoren vastgesteld, op basis van praktijkvoorbeelden waarin CRM een grote rol speelde, waarmee je deze vraag kunt beantwoorden.

1. Er is geen centrale informatiebron

Je bewaart je klant- en bestelgegevens op verschillende plekken, bijvoorbeeld in een spreadsheet of een post-it (geeltje) op je computer. Dit is nadelig voor je salesteam, omdat je team geen compleet beeld heeft van contactgegevens, bestellingen en de overige contactmomenten met de klanten.

2. Er is weinig of geen inzicht

Je hebt geen systeem dat de werkzaamheden van medewerkers laat zien of hoe je klanten met medewerkers in contact komen. Hierdoor kun je je salesteam niet goed aansturen en ze aanspreken op hun prestaties.

3. Je maakt handmatig rapporten of zelfs helemaal niet

Je gebruikt geen geautomatiseerd systeem voor het maken van rapporten en/of analyses om de maandelijkse salesprestaties van je team bij te houden. Omdat het lastig is om rapporten en analyses handmatig op te stellen doe je dit waarschijnlijk te weinig of helemaal niet. Hierdoor loop je waardevolle inzichten mis.

4. Salesnotities worden niet automatisch gedeeld

Je hebt geen voor mobiel geschikt systeem waar salesmedewerkers hun notities kunnen bewaren en delen, waar ze ook zijn. Hierdoor kunnen medewerkers die onderweg zijn, niet onmiddellijk hun notities delen en zijn ze deze mogelijk alweer vergeten voordat ze terug zijn op kantoor. Dit belemmert de informatiestroom en er kan informatie verloren gaan, vooral als een medewerker het bedrijf verlaat.

5. Elke klant wordt op dezelfde manier benaderd

Je kunt geen onderscheid maken in welke aanbiedingen en boodschappen naar welke doelgroepen gaan. Klanten en prospects in verschillende fasen van het koopproces, in verschillende branches en verschillende plaatsen krijgen allemaal dezelfde informatie. Dit betekent dat je boodschap niet aansluit op hun specifieke behoeften.

6. Je hebt geen plan van aanpak om snel te kunnen opschalen

Je bent er niet zeker van dat je huidige processen de groei aankunnen die je wilt bereiken. Dit betekent dat de productiviteit niet kan meegroeien als je moet opschalen.

Hoe CRM de productiviteit verbetert

Het gezegde 'de tijd gaat snel, gebruik hem wel' ken je misschien wel. Dat geldt vooral in de wereld van sales, waar tijd ook geld is. Uit een onderzoek van Mavenlink blijkt dat twee van de vijf eigenaren van kleine bedrijven zeggen dat tijd hun meest waardevolle asset is. Een kwart van hen is bereid € 450 te betalen voor één extra uur per dag.

Helaas is tijd niet te koop. Met CRM kun je je tijd wel effectiever en efficiënter gebruiken. Een CRM-systeem optimaliseert je salesproces zodat je meer tijd hebt om nieuwe prospects te benaderen. Je salesmedewerkers krijgen met een CRM-systeem toegang tot de juiste informatie op het moment dat zij die nodig hebben. Zo kost het minder tijd om een deal te sluiten. Met een CRM-systeem kun je slimmer en beter verkopen, waardoor je bedrijf sneller kan groeien.

Twee van de vijf eigenaren van kleine bedrijven zeggen dat tijd hun meest waardevolle asset is. Een kwart van hen is bereid € 450 te betalen voor één uur extra per dag.

- Mavenlink

salesforce

Je partner voor groei

Salesforce helpt je bij het zoeken, binnenhalen en behouden van klanten, zodat je sneller groeit dan ooit. Met de out of the box Salesforce oplossingen kun je als klein bedrijf eenvoudig geavanceerde technologie implementeren en je totale bedrijfsvoering stroomlijnen. Klanten die Salesforce gebruiken, nemen gemiddeld 38% sneller beslissingen, realiseren een 25% hogere omzet en hebben 35% meer tevreden klanten.

Wil je meer weten over hoe Salesforce jouw bedrijf kan laten groeien? Ga naar: salesforce.com/smb
Leren hoe eenvoudig het is om Salesforce te gebruiken? Kijk dan op: trailhead.salesforce.com

NEEM CONTACT
MET ONS OP

