

# Transformeer je salesproces

**in 4 stappen**



## Inhoud

De belangrijkste zakelijke trends van dit moment betreffende manier waarop bedrijven geholpen kunnen worden om de beste klantbeleving te bieden. Deze trends zijn onder andere big data waarmee je veel beter inzicht krijgt in de behoeften van klanten, geïntegreerde platforms voor end-to-end personalisering en oplossingen die kunstmatige intelligentie (AI) gebruiken om tijdrovende, handmatige taken te automatiseren en op te schalen.

Deze ontwikkelingen veranderen ook de werkwijze van salesteams. Succesvol verkopen valt of staat met het bieden van een probleemloze klantervaring. Van begin tot eind. Want als jij het niet doet, doet een ander het.

Op de volgende pagina's krijg je de volgende inzichten:

- Waarom verkopen in het tijdperk van de klant anders is
- Hoe je op een nieuwe manier contact onderhoudt met je klanten
- Hoe toonaangevende bedrijven hun sales transformeren

Lees verder en ontdek hoe je salesteam met 's werelds beste CRM sneller en slimmer verkoopt, op de manier zoals jij dat graag wil.



**86% van de kopers** is bereid meer te betalen voor een betere klantervaring.

"Tweede uitgave jaarlijks onderzoek De positie van sales,"  
Salesforce Research



### 3 HOOFDSTUK 1:

Verkopen in het tijdperk van de klant

### 8 HOOFDSTUK 2:

Maak op een andere, nieuwe manier contact met je klanten

### 10 HOOFDSTUK 3:

Sales transformeren



**Wil je succesvol worden met Salesforce for Sales?  
Dat kan heel eenvoudig met Trailhead.**

Trailhead is ons gratis interactieve informatie- en opleidingsplatform. Kijk welke trails en tracks bij jou passen en leer snel en eenvoudig hoe je succesvol kunt worden met Salesforce.

**Baan je eigen pad op [salesforce.com/trailhead](https://salesforce.com/trailhead)**



## HOOFDSTUK 1

# Verkopen in het tijdperk van de klant

Tegenwoordig staat de klant centraal bij alles wat we doen. Wat betekent dit nu precies? Onder invloed van de Amazons en Ubers van deze wereld zijn de verwachtingen van klanten veranderd. Consumenten en zakelijke kopers verlangen steeds meer: ze verwachten een persoonlijke en probleemloze koopervaring op elke plek waar ze zich bevinden, via elk device.

Wat er veranderd is in de klantverwachting:





**Snel:** tientallen jaren geleden was het kopen van een auto een bron van frustratie. Het was een complex proces met diverse opties, betalingsmogelijkheden en prijsonderhandelingen. Tegenwoordig kun je bij een bedrijf als Tesla online alles over de meest geavanceerde auto ter wereld te weten komen, deze configureren én kopen. Dit zelfs snel en eenvoudig op je iPad.



**Slim:** smartphones zijn een verlengstuk van onszelf geworden waarmee veel consumenten regelmatig van alles kopen. Home Depot heeft bijvoorbeeld een app waarmee je precies kunt zien waar in de winkel je de spullen vindt die op je boodschappenlijstje staan. De app toont je ook de snelste route in de winkel om je boodschappen te vinden. Het gebruik van de app levert Home Depot belangrijke informatie over het klantgedrag (bijvoorbeeld welke items vaak samen worden gekocht). Op basis van deze gegevens kan Home Depot de inrichting van de winkels, en op die manier de winkelervaring, verder optimaliseren.



**Verbonden:** bij Amazon ervaren klanten dat ze via één website elk denkbaar product kunnen kopen en dit de volgende dag ontvangen. Met Amazon Dash gaan ze nog een stap verder. Met een Dash button maak je direct verbinding met Amazon en bestel je met één druk op de knop jouw merk schoonmaakmiddel en andere huishoudelijke producten op het moment dat het nodig is.



**Overall:** met mobiele apparaten is een nieuw tijdperk aangebroken met overal en altijd lokale, persoonlijke service-ervaringen. Een voorbeeld: met OpenTable kun je met je mobiel checken of er plaats is en reserveren bij toprestaurants in de stad waar je op dat moment verblijft.



## Betrek de klant continu bij de hele koopcyclus

Het zal duidelijk zijn dat klanten tegenwoordig meer van je verwachten en dat ze dat normaal vinden. Iedereen weet dat de beste aankoopervaringen van begin tot eind soepel en consistent verlopen, zonder vervelende verrassingen of misleidende informatie. Je wil iedere klant natuurlijk een probleemloze, persoonlijke ervaring bieden zodat hij de volgende keer weer bij jou koopt.

Om dit voor elkaar te krijgen heb je een salesproces nodig dat elk contactmoment verbindt: van downloads op de website tot aan social media opmerkingen, e-mails, telefoontjes en afspraken. Dit betekent dat alle medewerkers moeten beschikken over een compleet beeld van de klant, met inzichten en informatie over elk contactmoment, op elk kanaal en in elke fase van de koopcyclus.

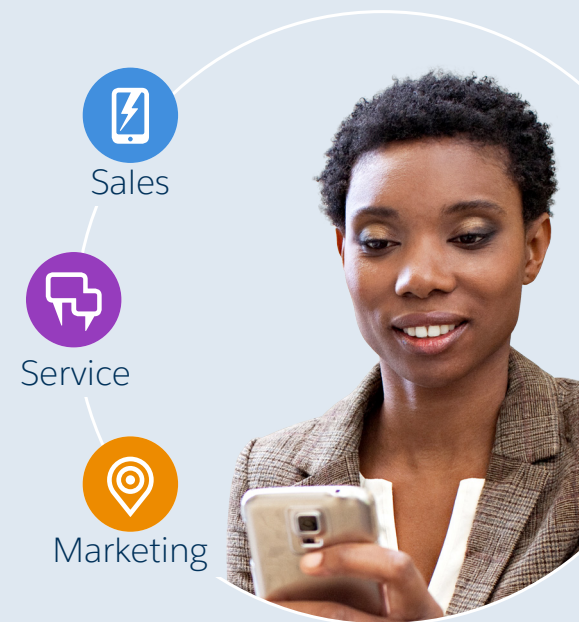


## De huidige uitdagingen van sales

Het klinkt misschien eenvoudig, maar het bijhouden van elke klant in een zich steeds sneller ontwikkelende technologische wereld, is niet vanzelfsprekend. En dat is vooral lastig als je sales-, service- en marketingprocessen niet volledig zijn geïntegreerd.

Veel bedrijven geven aan dat geïsoleerde salesprocessen de belangrijkste belemmering zijn om effectief met klanten in contact te komen. Je kunt geweldige marketingcampagnes opzetten om de pipeline te vullen met leads, maar als dit vastloopt omdat het salesteam geen toegang krijgt tot de juiste leadinformatie om de klant over de streep te trekken, heeft dat weinig zin. Ook horen we met grote regelmaat horrorverhalen over wekenlange vertragingen in de offerte- en voorstelfase, met vertraagde sales en lagere ordervolumes tot gevolg.

Wanneer de systemen voor sales, service en marketing niet naadloos op elkaar aansluiten op één platform, raak je essentiële klanteninformatie kwijt. Het resultaat? Onsamenvangende en verwarrende ervaringen voor de klant tijdens het koopproces.



"Steeds weer horen wij van bedrijven dat geïsoleerde salesprocessen de belangrijkste belemmering zijn om effectief met klanten in contact te komen."

## Geïsoleerde salesprocessen = inefficiënte sales

Geïsoleerde salesprocessen belemmeren niet alleen een positieve klantervaring; ook je salesteam lijdt eronder. Je team is minder productief en raakt gefrustreerd door vertraagde, of erger, verloren deals door onvoldoende kennisoverdracht. Daarnaast is het demotiverend als onvolledige data nauwkeurige voorspellingen én inzicht in de pipeline onmogelijk maken.

### Uitdagingen van een geïsoleerd salesproces



**De vraag is dus:** hoe kun je alle onderdelen van het salesproces onderling verbinden zodat je in elke fase van het koopproces een geweldige klantervaring biedt?

## HOOFDSTUK 2

# Maak op een andere, nieuwe manier contact met je klanten

Het antwoord is eenvoudig: gebruik één geïntegreerd CRM-platform waarmee je het totale koopproces beheert, van het binnenhalen van een lead tot het sluiten van een deal, aangevuld met een uitstekende klantenservice. Salesforce for Sales biedt het beste CRM-platform ter wereld waarmee je team sneller, slimmer en op z'n eigen manier kan verkopen.

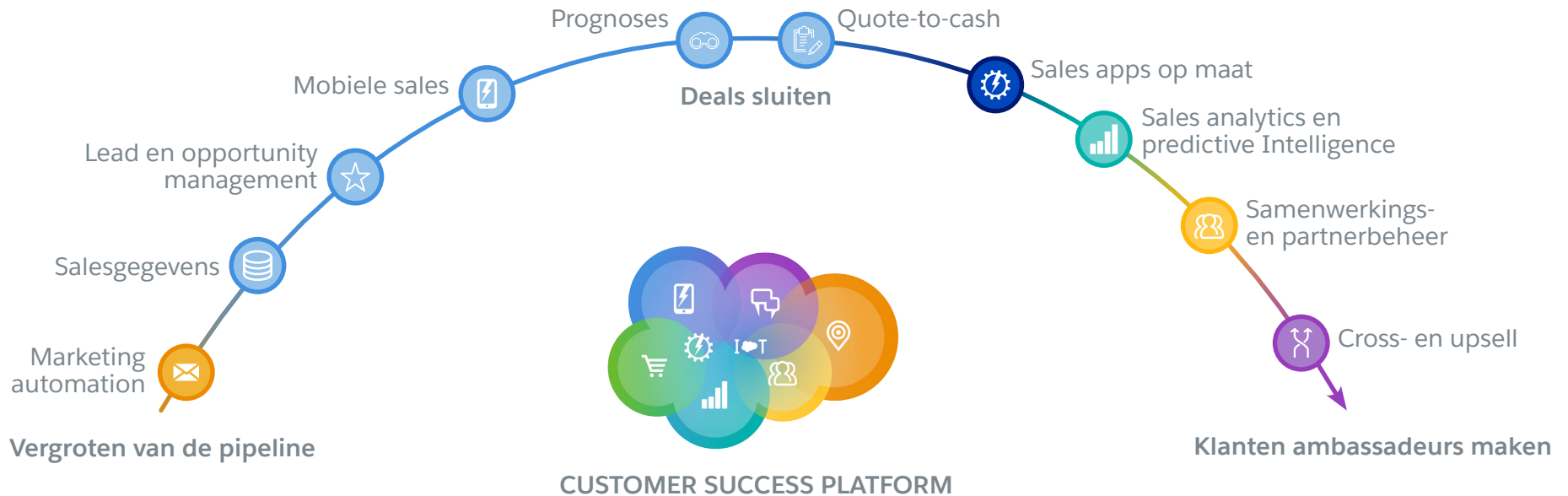




Met Salesforce for Sales kunnen je teams:

- prospects en klanten tijdens de hele salescyclus volgen
- op het juiste moment contact leggen met klanten via geïntegreerde marketing automation en samenwerkingstools
- inzicht krijgen in salesprognoses en teamprestaties
- workflows, rapporten en dashboards aanpassen
- de beste kansen voor upsell en cross-sell herkennen
- in elke fase informatie- en productiviteitstools gebruiken

### Lever een aaneengesloten ervaring tijdens het gehele koopproces



### HOOFDSTUK 3

# Sales transformeren

Uit ervaring weten we dat het veranderen van een compleet salesproces niet gemakkelijk is. Het kost veel (soms heel veel) tijd. Maar hoe stap je nu over van een geïsoleerd en inefficiënt salesproces naar een geïntegreerd systeem waarmee je klanten de eenduidige ervaring biedt die ze tegenwoordig verlangen?

Door nieuwe technologieën te gebruiken is het veranderen van je salesproces eenvoudiger en beter haalbaar dan ooit, ongeacht de grootte van je bedrijf of de branche.

Wij hebben samengewerkt met de beste salesteams ter wereld en ervaren hoe zij de basis leggen voor aanhoudend salessucces. Succes dat we graag willen delen.



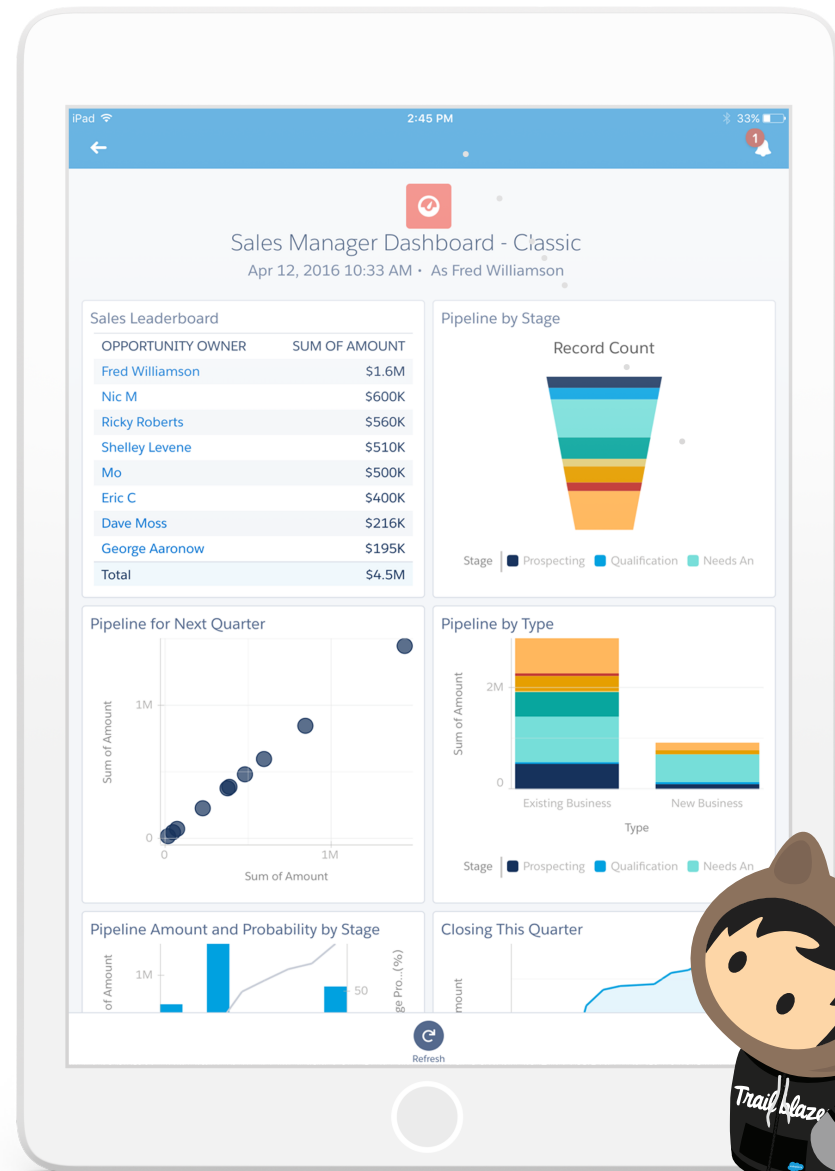


## TRANSFORMATIE 1

# Gebruik automation en analytics om deals sneller te sluiten en je omzet te maximaliseren

Ingebouwde automation en analytics bieden een salesteam deze voordelen:

- minder handmatige data-invoer
- geordende informatie op één centrale plek voor eenvoudige toegang
- snel inzicht in de meest veelbelovende leads
- eenvoudig herkennen van kansen voor up- en cross-sell
- direct aanbieden van persoonlijke offertes en contracten





## Hogere efficiëntie en meer sales

De afdeling Cooling & Heating van Mitsubishi levert overal ter wereld zeer efficiënte airconditioningsystemen. De afdeling is de spil in een internationaal netwerk van distributeurs, aannemers en bedrijven voor technisch design. Alle bedrijven in dit netwerk willen klantrelaties verbeteren en de beste klantenservice bieden.

In het verleden verzamelden ze gegevens en stelden ze offertes op met een decentraal salesproces op basis van een onsamenhangende mix van spreadsheets, prijslijsten, e-mails en voicemail. Dit zorgde voor de nodige problemen. Het gebrek aan inzicht in de pipeline zorgde voor gaten in de voorraad en een onvoorspelbare omzet. Het trage offerteproces beperkte de productiviteit en maakte het haast onmogelijk om mee te bieden op urgente projecten.

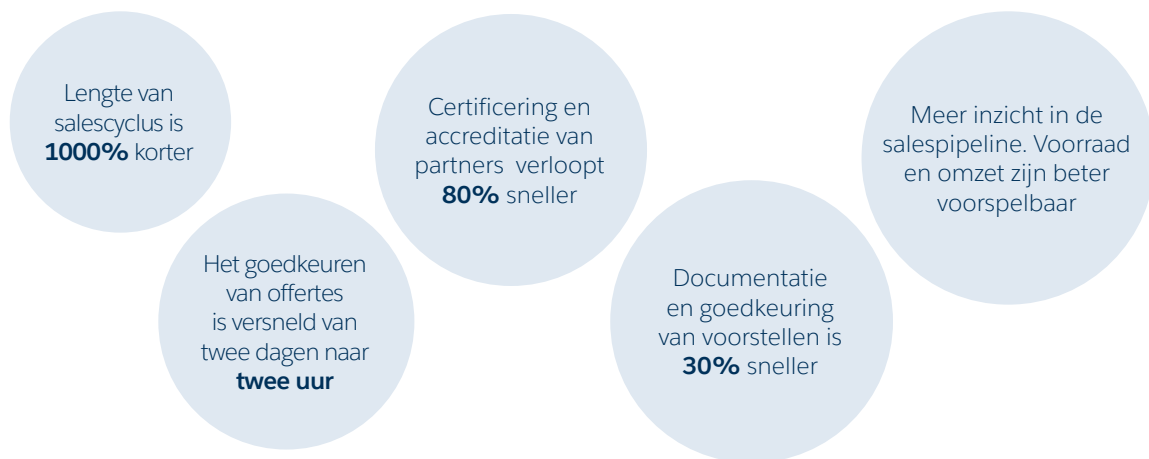




## Bouwen aan het fundament van succes

Mitsubishi is met Salesforce gaan samenwerken om alle gedecentraliseerde productinformatie, partnercertificering, offertes en leadregistratieprocessen samen te brengen in één online CRM-platform met geautomatiseerde tools voor documentatie en offertes, gecentraliseerde samenwerking en overal en altijd toegang tot productgegevens en prijzen. In plaats van ondoorzichtige opslagsystemen, hebben de medewerkers en distributeurs van Mitsubishi nu zicht op de leads in de pipeline, kunnen ze samenwerken om deze leads om te zetten in kansen en kunnen ze in een paar minuten nauwkeurige offertes opstellen. In een branche waar snelheid een deal kan maken of breken, een enorm pluspunt.

Binnen zes maanden was dit het resultaat voor Mitsubishi:



"Door alles online te zetten en gebruiksvriendelijk te maken voor onze distributeurs en het salesteam, kunnen we veel sneller op projecten reageren en meer binnenhalen."

- **Christopher Osment**, IT Director

### Checklist voor het aanjagen van operationeel succes

- Centraliseer lead-, opportunity- en accountbeheer in één online platform
- Automatiseer het invoeren van data en opstellen van offertes
- Bied flexibele rapporten en dashboards voor realtime inzicht in producten, prospects, pipeline en omzet.
- Bied tools aan om altijd en overal samen te werken en deals te begeleiden

**ONTDEK HOE >**

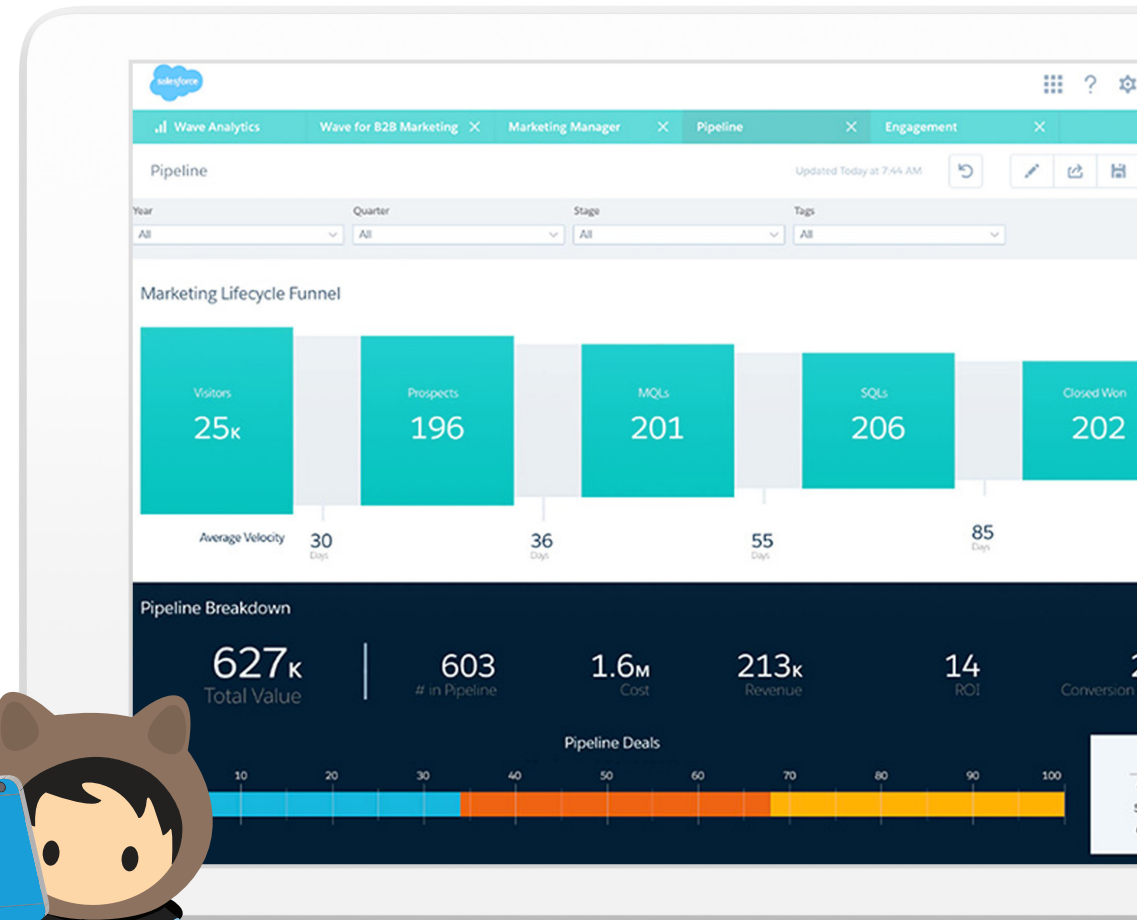


## TRANSFORMATIE 2

# Verbind sales en marketing om de groei van de pipeline te versnellen

Door sales met marketing automation en pipeline intelligence te integreren, kunnen teams:

- snel voorbereid zijn op elk gesprek dankzij overzichtelijke klantinzichten
- het nurture-proces automatiseren
- goedgekeurde drip campaigns voor een verhoogde leadconversie
- toekomstige sales voorspellen en gaten in de pipeline herkennen





GEORGE STREET

## Boor nieuwe markten aan en verdubbel je omzet

George Street is een service voor huwelijksrapportage's en -video's in Chicago die koppels in heel Amerika in contact brengt met plaatselijke fotografen en videomakers in hun netwerk.

Het bedrijf droomde van uitbreiding naar nieuwe markten, maar liep geregeld tegen grote obstakels aan. Omdat het bedrijf verschillende systemen had om leads, afspraken, bestellingen, betalingen en klantcontact te registreren, rammelden de processen voor data-invoer en rapportages. Het management kon met geen mogelijkheid nauwkeurige omzetvoorspellingen doen en het duurde dagen om de totale sales te berekenen. Ze begrepen dat om te groeien er grote veranderingen nodig waren.



## Bouwen aan het fundament van succes

George Street verhuisde alle marketing-, sales-, en klantenservice-activiteiten naar het Salesforce for Sales CRM-platform. Zo konden medewerkers het genereren en omzetten van leads volgen en in realtime rapporteren. Tegenwoordig voert het bedrijf nurturecampagnes uit en optimaliseert deze met marketing automation. Geautomatiseerde workflow processen leiden leads vanuit het salesteam direct naar externe lokale salesconsultants, zodat automatisch de meest geschikte lokale fotograaf of videomaker wordt gezocht. Daarnaast beheert en volgt George Street alle activiteiten van de klantenservice op één platform.

Dit het resultaat van de overstap voor George Street:



"Zonder Salesforce waren we in minder dan de helft van de markten actief"

- **Michelle Mantel**, President

### Checklist voor het centraliseren van sales en marketing

- Integreer marketing automation, campagnerapporten en lead tracking op één platform
- Automatiseer workflow- en partnerbeheer-processen
- Maak het mogelijk prioriteit te geven bij leadopvolging
- Campagne- en conversierapportage die overal en altijd beschikbaar is voor nauwkeurige prognoses

[ONTDEK HOE >](#)



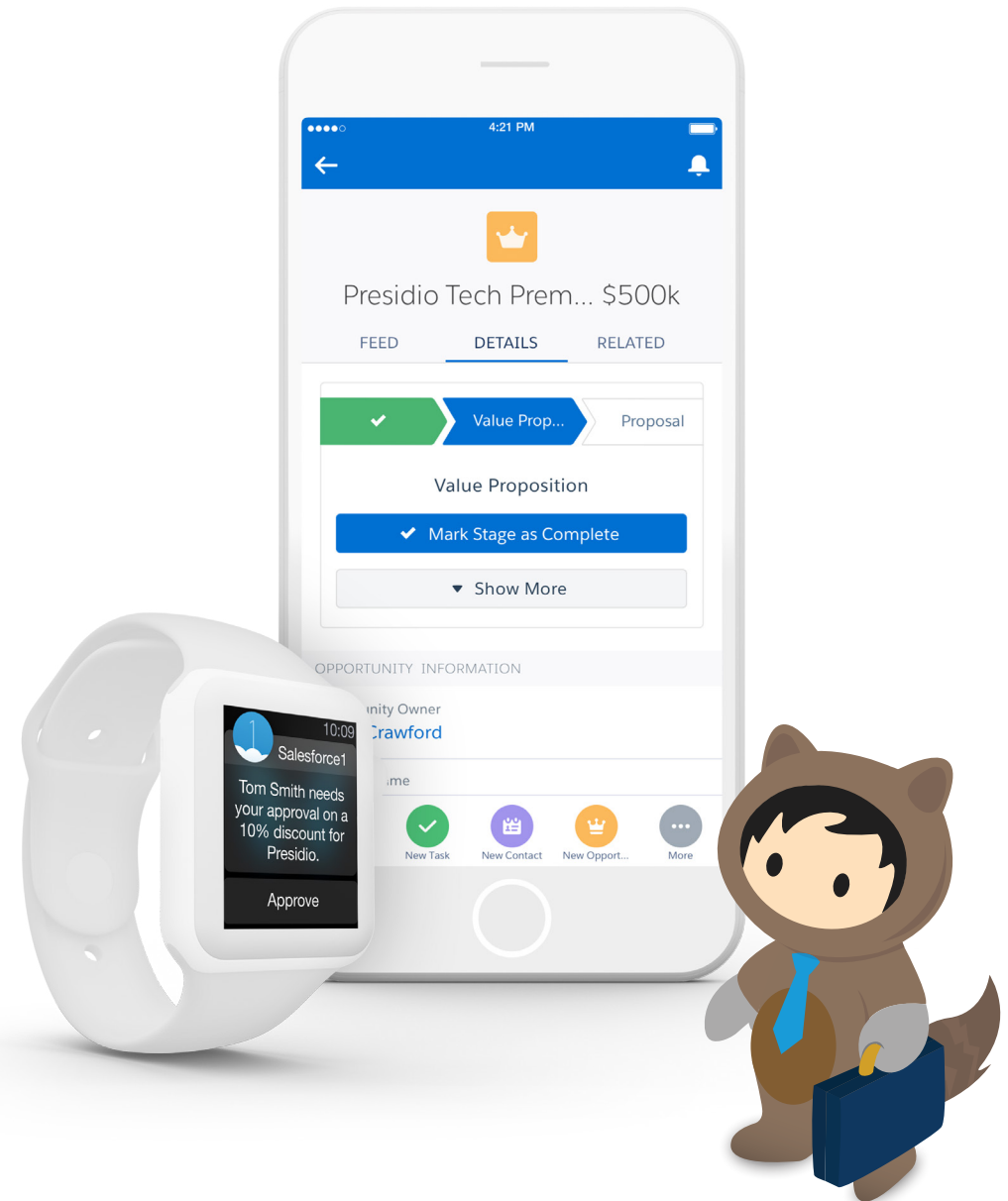


### TRANSFORMATIE 3

## Geef sales de middelen om sneller te verkopen

Met geïntegreerde tools voor productiviteit en samenwerking kunnen salesteams:

- data overal en vanaf elk apparaat openen en invoeren
- hun e-mail en agenda synchroniseren met het CRM zodat ze minder data moeten invoeren
- eenvoudig apps bouwen voor een efficiëntere workflow en om taken te automatiseren
- aangepaste rapporten en dashboards bekijken voor snelle actiegerichte inzichten





High performance. Delivered.

## Stroomlijn het salesproces voor maximale efficiëntie

Accenture is een van de grootste consultancybedrijven ter wereld, met klanten in meer dan 200 steden en 120 landen. Door de schaal en diversiteit van de aangeboden services zijn de bedrijfsprocessen van Accenture bijzonder complex.

Desondanks was het salesbeheer van het bedrijf behoorlijk basaal en sterk verouderd. Salesmeetings en zakelijke beslissingen werden met spreadsheets uitgevoerd. Ondanks dat medewerkers overal ter wereld bij klanten zaten, was er geen centraal systeem voor communicatie of het registreren van klantcontacten. Vertragingen in de salescyclus waren aan de orde van de dag en de snelheid van sales was beperkt.



## Bouwen aan het fundament van succes

Met het Salesforce for Sales CRM beheert Accenture het volledige end-to-end salesproces van zijn vijf afzonderlijke bedrijfstakken op één platform, compleet met ingebouwde tools voor samenwerking en productiviteit. Het bedrijf heeft de tool aangepast aan z'n eigen eisen. De 25.000 medewerkers en 6.500 klantaccountteams verspreid over 50 landen kunnen nu deals volgen, gesprekken registreren, dashboards controleren, klantgegevens inzien en samenwerken aan projecten. Realtime, op elk apparaat en wereldwijd beschikbaar.

Dit is het resultaat van wat Accenture heeft bereikt:

Het volledige end-to-end salesproces is in minder dan **5 maanden** gedigitaliseerd

Gestroomlijnde salescyclus om vertragingen te beperken

Teams op diverse locaties hebben toegang tot één registratiepunt voor alle klantcontacten

Sales-, service-, en marketing-processen zijn geïntegreerd

"Salesforce is de drijvende kracht achter alle salesmogelijkheden van Accenture"

- **Andrew Wilson, CIO**

### Checklist om deals sneller door de pipeline te halen

- Creëer een centraal registratiepunt voor alle klantcontacten
- Integreer tools voor configuratie, prijzen en offertes om deals sneller te sluiten
- Bied voorstellen in je eigen huisstijl aan en stroomlijn het proces
- Lever realtime mobiele toegang

**ONTDEK HOE >**

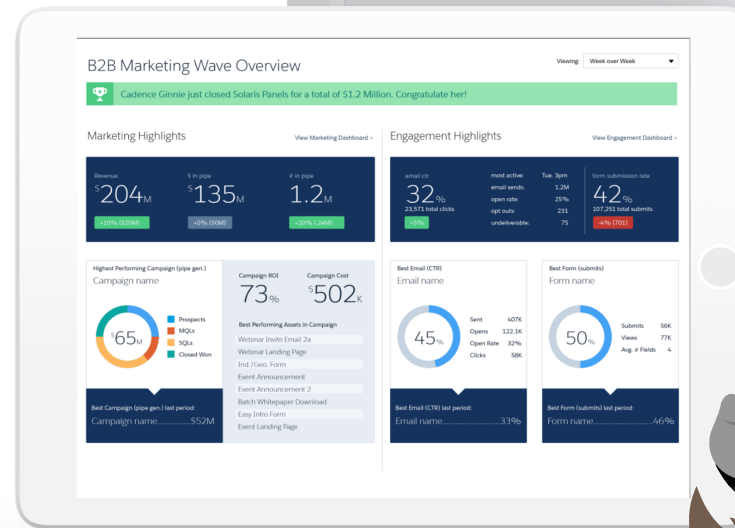
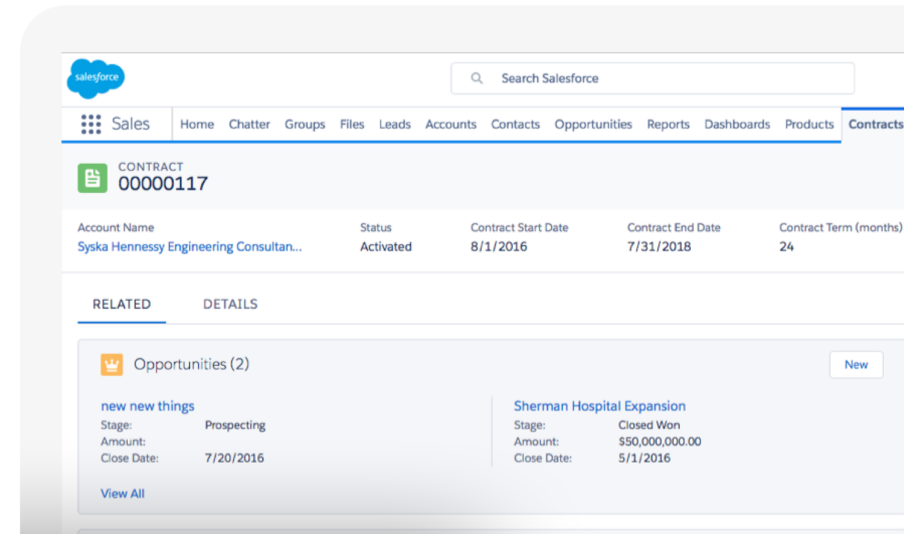


## TRANSFORMATIE 4

# Creëer betrokkenheid van klanten met een compleet, flexibel CRM-systeem

Geef sales, service en marketing één centraal en flexibel klantoverzicht waarmee salesteams:

- hiaten in het salesproces identificeren en oplossen
- met B2B marketing automation sneller de beste leads herkennen
- snel persoonlijke offertes en contracten kunnen aanbieden
- selfservice- en partnercommunities opbouwen voor meer up- en cross-sellmogelijkheden
- de totale customer lifecycle optimaliseren







## Eén gesprek met de klant voeren

Schneider Electric is een wereldwijd opererende fabrikant van apparatuur voor energiebeheer en -automatisering en levert energie voor bijna de helft van alle gebouwen ter wereld. Je kunt je voorstellen dat het sales- en servicemodel zeer complex is, wat bovendien wordt versterkt door tientallen jaren gestage groei en talrijke overnames. Het resultaat is een reeks verschillende, niet geïntegreerde bedrijfssystemen.

Schneider Electric heeft duizenden partners, servicemedewerkers en werknemers die overal ter wereld met klanten communiceren, en merkte dat het lastig was om een eenduidige klantervaring te bieden. In plaats van één coherent gesprek hadden klanten repeterende en incoherente ervaringen in hun contact met medewerkers van verschillende teams.



## Bouwen aan het fundament van succes

Om dit op te lossen ontwikkelde Schneider Electric het One Schneider programma: een initiatief voor het creëren van een naadloze, eenduidige klantervaring. Hiervoor hebben ze het Salesforce for Sales CRM-platform gekozen. Hiermee zijn de verschillende processen en systemen gecentraliseerd en op elkaar afgestemd en zijn de, sterk in aantal groeiende, mobiele werknemers verbonden met het systeem en is er een aanpasbare weergave voor sales, service en marketing ontwikkeld.

Schneider Electric heeft dit bereikt:

43.000 gebruikers,  
400.000 partners,  
4.000 servicemedewerkers  
en meer dan 20.000  
salesmedewerkers  
zijn verenigd op een  
centraal platform

Hogere  
efficiëntie:  
slechts 4.000  
servicemedewerkers  
lossen jaarlijks  
**10 miljoen  
cases** op

Drastische  
verbetering  
van klantte-  
vredenheid

Er is een compleet  
beeld van de klant en  
een centrale plek voor  
samenwerking, toegankelijk  
vanaf elk apparaat.

Meer  
verkochte  
oplossingen: dit  
steeg van 10% tot  
meer dan **40%**  
van de omzet

"Salesforce heeft de manier waarop we ons klantenbestand beheren ingrijpend veranderd. Het hele bedrijf beschikt nu over één versie van de werkelijkheid."

- **Chris Leong**, CMO

### Checklist om slimmer te verkopen met een compleet beeld van de klant

- Lever een 360-graden beeld van de klant in één mobiel toegankelijk platform
- Bied geïntegreerde predictive analytics en accountinzichten om trends te herkennen en te anticiperen op behoeften
- Maximaliseer de productiviteit met intuïtief casebeheer en selfservice-communities
- Stroomlijn accountmanagement en cross- en upsell om het gebruik te vergroten

[ONTDEK HOE >](#)

# Bouw een fundament voor het langetermijnsucces van sales

Het tijdperk van de klant is aangebroken. Succesvolle bedrijven bieden de klant een probleemloze en persoonlijke ervaring van begin tot eind. Om dit te realiseren moet je salesteam de middelen hebben om op een nieuwe manier met klanten in contact te komen en te blijven.



**Verander de werkwijze van je salesteam met Salesforce for Sales, het beste CRM ter wereld.**

Vergroot het aantal accounts. Vind nieuwe klanten. Customize workflows en dashboards. Verhoog de productiviteit. Neem doordachte beslissingen. Sluit sneller meer deals, vanaf elke locatie.

Weten hoe Salesforce for Sale werkt?

[BEKIJK DE DEMO >](#)



## Meer mogelijkheden met productieve salesoplossingen.

Wil je slimmer, sneller en op jouw manier verkopen? Salesforce optimaliseert de inzet van medewerkers met tools waarmee hun productiviteit verhoogd wordt en ze beter kunnen samenwerken met alle andere afdelingen. Dit geeft sales meer tijd om te doen waar ze goed in zijn; verkopen en meer deals sluiten, vanaf elk apparaat en iedere plek. Maak kennis met de Salesforce cloudtools waarmee je salesteam meer deals sluit dan ooit.



Sales Cloud Einstein



Salesforce Inbox



Sales Cloud Lightning



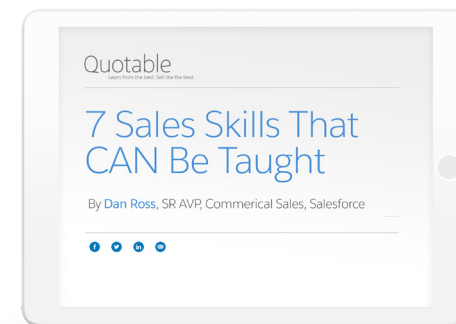
Salesforce1 Mobile App for Sales

MEER INFORMATIE

## Leer van de besten. Verkoop als de besten.

Wil je nog meer tips en tricks van door de wol geverfde salespioniers? Quotable is een wekelijks online magazine vol met handige, prikkelende en onderhoudende artikelen, voor en door salesprofessionals. Meld je aan voor onze gratis nieuwsbrief en ontvang deze inzichten direct in je inbox.

ABONNEREN



"Sales is een proces. Als je erin wilt uitblinken moet je elke stap beheersen, anders zal je inzet niet tot resultaten leiden."

**The 7 Sales Skills That CAN Be Taught,**  
door Dan Ross, Sr. AVP, Commercial Sales,  
Salesforce





CONNECT TO YOUR CUSTOMERS  
IN A WHOLE NEW WAY



De informatie in dit e-book is alleen bedoeld als informatie voor onze klanten en heeft alleen informeren tot doel. Publicatie door Salesforce vormt geen aanbeveling. Salesforce.com biedt geen garantie voor de juistheid of volledigheid van informatie, tekst, afbeeldingen, koppelingen of andere zaken in dit e-book. Salesforce.com geeft geen garantie dat je bepaalde resultaten zult behalen als je de adviezen uit het e-book opvolgt. Het kan raadzaam zijn om een professional zoals een advocaat, accountant, architect, adviseur of technicus in te schakelen voor advies dat is afgestemd op jouw situatie.

© 2017 salesforce.com, inc. Alle rechten voorbehouden.