

5 tips

till dig som chef för
att öka försäljningen

Digitala stöd för effektiv försäljning

Det finns många olika sätt att öka försäljningen. Organisation, engagemang och kompetens lägger grunden för en effektiv säljorganisation. Förutom att allt det där måste vara på plats gäller det att optimera förutsättningarna för att varje medlem i teamet ska kunna göra ett så bra jobb som möjligt. Med hjälp av digitala verktyg och data är just det möjligt.

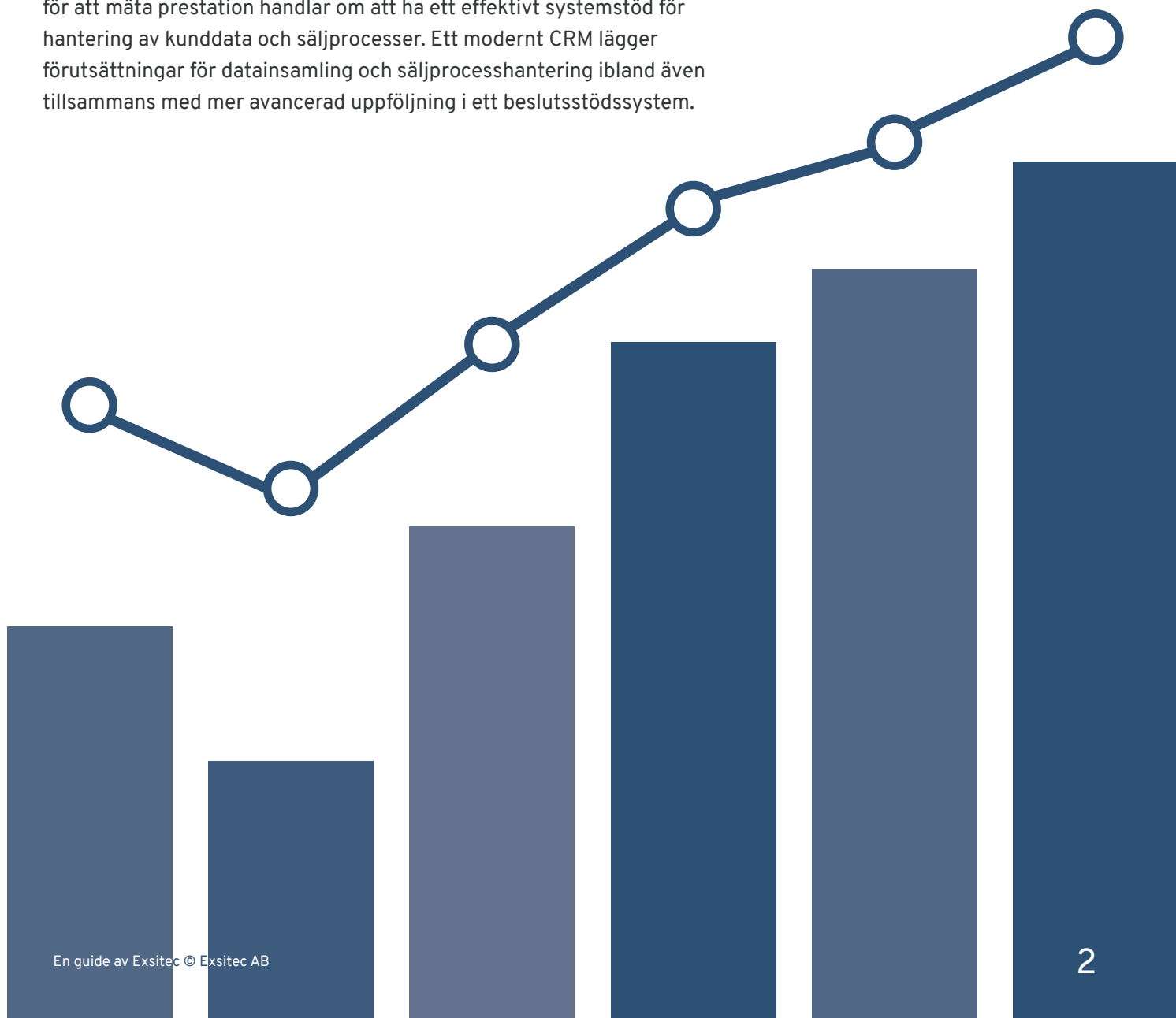
- 1 Mät prestation**
- 2 Förbättra datakvalitet**
- 3 Effektivisera och underlätta arbetet**
- 4 Skapa tydliga processer och gör det enkelt att följa upp dem**
- 5 Automatisera och koppla ihop system**



Mät prestation

1

Det kan vara försäljning som mäts i kronor, i förhållande till uppsatta mål, när i tiden ett avslut väntas, hur mycket som säljs till en kund i en kundgrupp, eller hur många möten, telefonsamtal och insatser som görs. Detta läggs som grund för styrning och prognoser och måste visualiseras för att vara agerbar data. Som försäljningschef måste du få tillgång till tydlig data som du kan agera på, likväl som är lätt att ta till sig för säljare i organisationen. Grundläggande förutsättningar för att mäta prestation handlar om att ha ett effektivt systemstöd för hantering av kunddata och säljprocesser. Ett modernt CRM lägger förutsättningar för datainsamling och säljprocesshantering ibland även tillsammans med mer avancerad uppföljning i ett beslutsstödssystem.



2

Förbättra datakvalitet

Det är vanligare än man tror att organisationer har data utspritt på en mängd olika digitala plattformar, eller i enskilda datorer, Mobiler, svåråtkomliga filsystem och inte minst i otaliga excel-filer. Detta innebär ett tidskrävande arbete för att skaffa viktig information om sin affär och sina kunder. I ett smart CRM-system går dessa datan att samla och göra lättåtkomligt. En viktig faktor är att kunna spåra information om vad som gjorts tidigare, vad andra gjort och att den informationen är tillgänglig på ett enkelt sätt för den som skall ha tillgång till den. Historisk data lägger grunden för framtida beslut och är helt avgörande för en framgångsrik säljprocess.

Effektivisera och underlätta arbetet

3

Att jobba med offertarbete, ärendehantering och säljrapportering är ofta ett mycket tidsödande arbete och tenderar att sluka tid från proaktivt sälj- och kundvård. Att underlätta arbetet för medarbetare höjer kvaliteten på den data som samlas in och lagras, det ger förutom tidsbesparing, större bärighet för den data som sen skall ligga som beslutsunderlag. Även här är spårbarhet av data, samt att den är tillgänglig, en framgångsfaktor. Att jobba i ett systemstöd som underlättar och gör det lättare för alla i teamet innebär att mer data samlas in och det skapas en större tydlighet i säljprocessen. I ett effektivt systemstöd måste både offline-funktionalitet och molnåtkomst vara en självklarhet. Varje säljare måste kunna nå systemet direkt från telefonen.

Skapa tydliga processer och gör det enkelt att följa upp dem

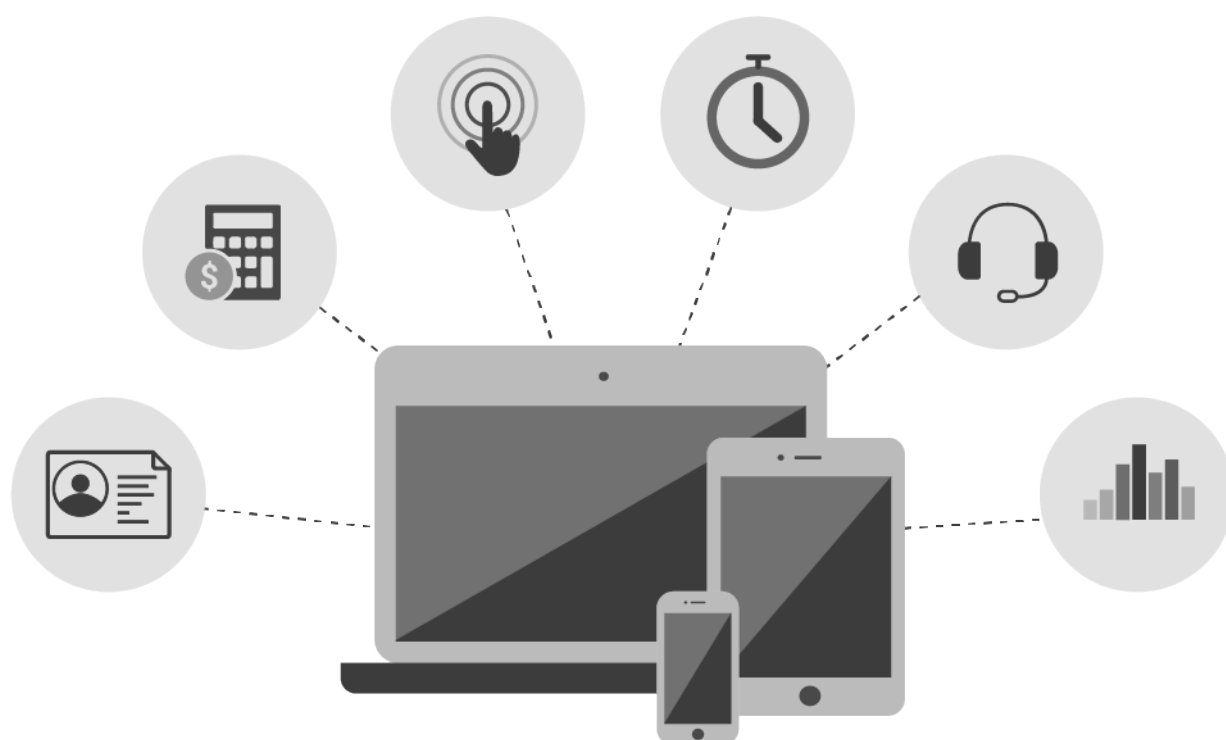
4

Ett verktyg för att sätta upp riktlinjer och processer för medarbetarna underlättar säljprocessen. Om det går att se vad det är för missar som görs är det lättare att åtgärda dessa. Men för att hitta förbättringsområden måste det finnas riktlinjer för hur arbetet skall utföras. De flesta organisationer har satt upp steg och rutiner för säljprocessen, men det behövs ett sätt att enkelt kunna vägleda och följa upp medarbetarna i det arbetet. I ett effektivt digitalt säljstöd ska det finnas möjlighet att på ett tydligt och överskådligt sätt visualisera och jobba med riktlinjer och processflöden.

Automatisera och koppla ihop system

5

För att eliminera ytterligare tidstjuvar och effektivisera arbetet behöver alla olika system som används kommunicera och dela information med varandra genom så kallade integrationer. Det är i detta sammanhanget viktigt att få synkronisation mellan sina kommunikationshjälpmedel och att varje aktuell person blir uppmärksammat automatiskt om viktiga händelser, såsom offertuppföljning, möten, uppsägningstider och deadlines. I flera framgångsrika försäljningsavdelningar används CRM-system tillsammans med beslutsstödssystem såväl som integrationer till affärssystemet. I detta systemlandskap är det viktigt att information flödar mellan systemet på ett sätt som eliminerar dubbelarbete och automatiserar säljprocessen ytterligare.





www.exsitec.se | hej@exsitec.se

Whitepaper av Exsitec

Snickaregatan 40
582 26 Linköping

Tel. 010 - 333 33 00