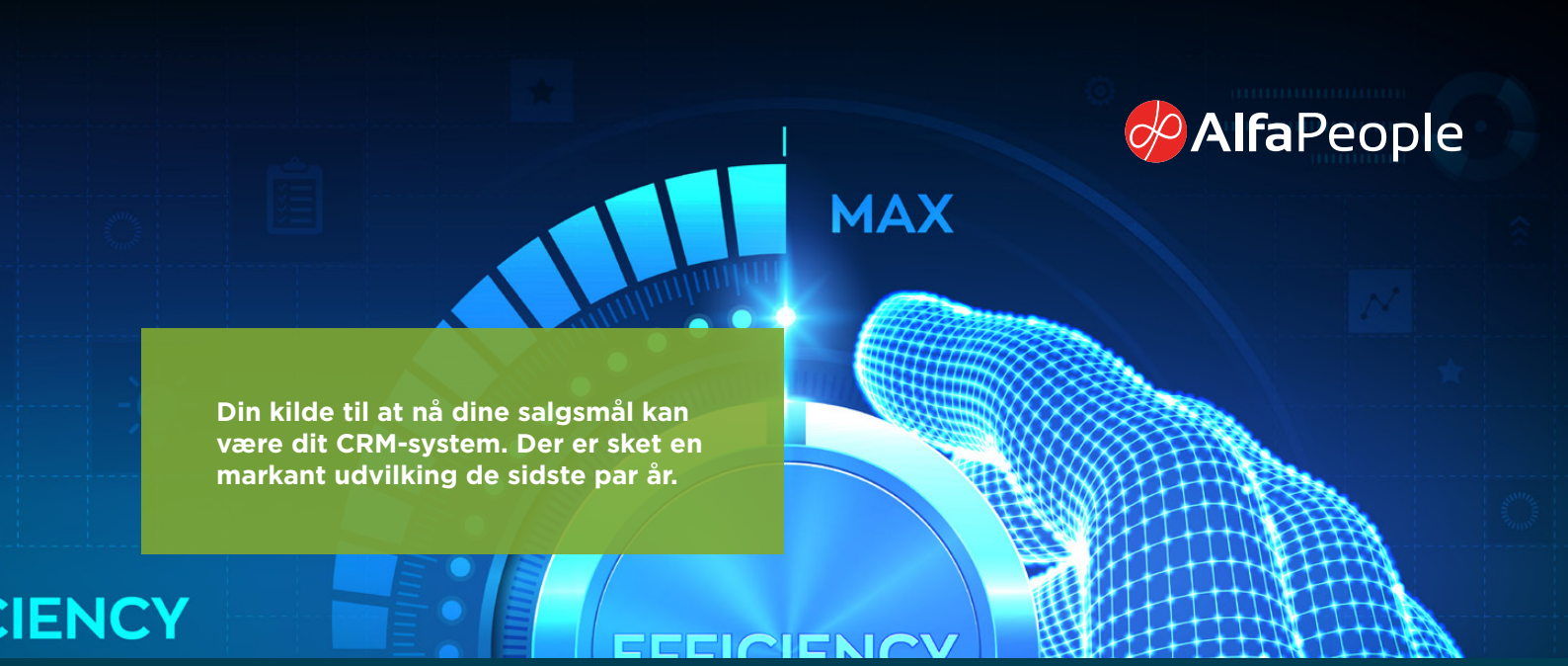


Quickguide:

Top-Performer CRM

- salgschefens guide



Din kilde til at nå dine salgsmål kan være dit CRM-system. Der er sket en markant udvikling de sidste par år.

Salg skal levere! Og helst mere end sidste år. Vækst, vækst, vækst.

Presset er konstant og med god grund. Salgsafdelingens performance er i sidste ende forskellen på virksomhedens succes eller fiasko. Om mål bliver nået eller skal bortforklars. Er der noget nyt i det? Nej. Nyheden er til gengæld, at din kilde til succes – at nå salgsmålene – kan være dit CRM-system.

”CRM-systemet? Kilden til vores succes? Det kan da ikke være en nyhed. Vi har arbejdet med CRM i mange år og det har ikke altid været en succes”. Sådan tænker du måske. Og du har nok ret. Mange virksomheder har arbejdet med CRM længe, uden at det har haft en nævneværdig positiv effekt på salgsindsatsen.

Der er dog sket en markant udvikling de sidste par år – specielt på Microsoft Dynamics Sales – som gør CRM til et helt andet og mere brugbart værktøj med direkte indflydelse på salgsp performance.

Derfor har vi skrevet Salgschefens QuickGuide til Top-Performer CRM – de 7 gode råd, der gør hele forskellen.

1. Undgå sælgerens egne systemer og metoder

Hvem er CRM-systemet til for? Ledelsen, så de kan følge med og se hvor meget der er i pipeline? Om performance er OK? Eller er det et værktøj, som gør sælgeren mere effektiv? Et system, der hjælper hende og gør arbejdet nemmere?

Begge dele vil mange sige. Men realiteten er nok stadig, at en del sælgere føler, at de kunne klare sig lige så godt med et regneark. De har deres egen metode og CRM-systemet er alligevel bare fyldt med gamle data og leads, som aldrig blev til noget. Og derfor kan ledelsen naturligvis heller ikke helt stole på de salgsdata, der ligger i CRM-systemet. Data bliver måske endda rettet til en gang i mellem for at se mere positive ud inden et salgsmøde? Hvem ved?

Helt anderledes er det, når CRM-systemet er et værktøj, som direkte hjælper sælgeren med at få succes. Hvordan dét?



CRM-systemet er et værktøj, som hjælper sælgeren med at få succes.



2. Den guidede salgsproces er vejen til succes

Tænk på det sådan her: I din branche er der en optimal proces og metode til at gennemføre et salg. Det er nogle bestemte spørgsmål, der skal stilles. Bestemte svar, der skal gives. En salgsproces, der skal følges for at opnå det bedste resultat. Og der er sikkert forskellige processer fra produkt til produkt eller service. Men der må bare IKKE være forskel fra sælger til sælger. Alle skal følge den mest effektive proces. Det skal CRM-systemet hjælpe til med.

På den måde bliver alt nemmere. Sælgeren ved altid, hvad der skal gøres. Noget af det kan endda automatiseres. Beslutningstræer guider processen og sælgerne har en styret closing plan, som får dem sikkert i mål.

Resultat: færre manuelle processer og mere tid til dét, sælgeren gør allerbedst, nemlig at sælge.

3. Bottom up data og en pipeline I kan stole på

I får en bottom-up effekt. Sælgeren bruger systemet og får succes. Fokus vil være på leads, som kan blive til noget. Ikke flere kolde emner, der skvulper rundt og bliver forsøgt genoplivet indimellem. Der er en helt klar proces, som enten dømmes et lead inde eller ude. Så der er ingen diskussion. Det bliver ok at fejle. Så længe I gør det tidligt og tydeligt, så I kan nå at rette op på det. Og det er lige præcis dét en styret salgsproces gør.

Derfor bliver CRM-systemet fyldt med data, der rent faktisk er korrekte og giver et reelt billede af salgsp performance på tværs af teams, produkter og enheder. Når sælgerne konsekvent bruger CRM-systemet vil jeres pipeline være et mere reelt billede af virkeligheden og I kan handle i god tid for at rette op på det.



Foruddefinerede processer i CRM-systemet er til stor gavn for din nye sælger - så han hurtigt kan blive top-performer.

4. Onboarding og Offboarding

Hvor hurtigt er en ny sælger oppe og køre? Hvis det tager for lang tid, kan det læses direkte i salgstallene. Derfor er det vigtigt at CRM-systemet hjælper til med det samme. Din nye sælger vil naturligvis have stor gavn af de foruddefinerede processer i CRM-systemet, der guider ham og hurtigt kan gøre ham til en top-performer efter jeres metode.

Og hvad så, når en sælger går sin vej? Hvor meget kundedata forsvinder? Ikke meget, hvis sælgeren har brugt CRM-systemet intensivt. Det gør sælgeren naturligvis kun, hvis det er et effektivt værktøj, som gør livet nemmere og rigere. I så fald er der til gengæld en stærk motivation til at bruge data til at få størst mulig succes. Når det så er tid til at komme videre, vil den føromtalte nye sælger hurtigt kunne tage over og arbejde videre med de processer, som allerede er sat i gang.

5. Husk Multiplikator effekt

Små justeringer i en salgsproces har en potentiel stor effekt. Old news, måske. Men indtil nu har de fleste manglet det rigtige værktøj til at gøre noget ved det. Og den rigtige proces, som alle er enige om og anvender på samme måde. Så bliver det nemlig meget transparent, hvor I vinder og hvorfor I taber. Det er straks sværere, hvis alle sælgerne har deres egen måde at gøre tingene på – og data ikke er opdateret.

Men tænk engang, hvis I kunne sætte fingeren helt præcist på en konverteringsrate, som lå lidt lavt på tværs af alle sælgere – og måske flytte den 2% i den rigtige retning med små justeringer?

Det giver ofte en multiplikatoreffekt, som virkelig kan rykke ved salgsp performance. Og tænk så på hvor mange små procesforbedringer, der kan være i alt. Potentialet er stort. Men kræver naturligvis, at alle arbejder efter samme definerede proces.

6. Vækst? Så skal vi have nogle flere sælgere. Eller hvad?

Nej, ikke nødvendigvis. De virksomheder, som arbejder med styrede og automatiserede salgs-processer, oplever effektivitet og produktivitet på helt nyt niveau. Simpelthen fordi sælgerne har mere tid sammen med kunderne og ikke bruger ressourcer på alt muligt andet.

Gennemtestet best practice, som er nemt for sælgerne at følge, har naturligvis også en meget direkte indflydelse på win rate og salgsp performance generelt. Og sælgere, som er glade for de værktøjer, de har og den succes der følger med, skifter sikkert heller ikke så ofte job, hvilket ellers ville kunne dræbe momentum i enhver vækstplan.

Så invester i den rigtige CRM-løsning og nå mere med det samme antal sælgere.

7. Microsoft Dynamics 365 Sales

Hvad skal du så vælge? Helt åbenlyst et CRM-system, der gør det muligt at oprette automatiserede og styrede salgsprocesser og til det anbefaler AlfaPeople varmt Microsoft Dynamics 365 Sales. Vi anvender det selv og har opnået – og oplevet – lige præcis, det vi beskriver i denne Quickguide. Ligesom en stor del af vores kunder også har.

Læs mere om Microsoft Dynamics 365 Sales

Læs mere

Vil du vide mere?

Vi er eksperter med mange års erfaring og kan hjælpe jer med at implementere de mest effektive styrede salgsprocesser.

Kontakt os, hvis du vil vide mere.:

E-mail: info@alfapeople.com

Phone: **+45 70 20 27 40**