AlfaPeople

Få mere effektivt salg og vækst på bundlinjen:

6 FORDELE VED AT INVESTERE I CRM

Indhold

Introduktion
Hvorfor skal du investere i CRM?

01 Slip af med sælgernes egne systemer

02 Sælg med større sikkerhed og succes

03 Byg en troværdig pipeline

04 Få mere effektiv onboarding og offboarding

05 Opnå stor effekt med små justeringer

06 Skab større vækst med de samme ressourcer

Next step:
Hvordan investerer du i CRM?

Klik på menu symbolet og kom tilbage til indholdsfortegnelsen

Introduktion
Hvorfor skal du investere i CRM?

Enhver virksomhed skal bruge leads. De er fundamentet for en succesfuld forretning, og får du ikke nye leads, kan det hurtigt aflæses på din bundlinje, for så kommer der ingen nye kunder i butikken.

Du får nok allerede leads ind, men måske er de ikke af den ønskede kvalitet, eller også formår salgsteamet ikke at udvikle disse leads til kunder på kontinuerlig basis. Og så kan de økonomiske udfordringer let dukke op.

CRM er en software-løsning, som kan hjælpe dig med at styre de forretningsprocesser, der udvikler leads til kunder. Et CRM-system udstyrer simpelthen dit salgsteam med værktøjer, der gør det klart, hvordan de skal agere i forskellige faser af salgsprocessen. Det sikrer et stærkt og forudsigeligt flow af indkommende leads.

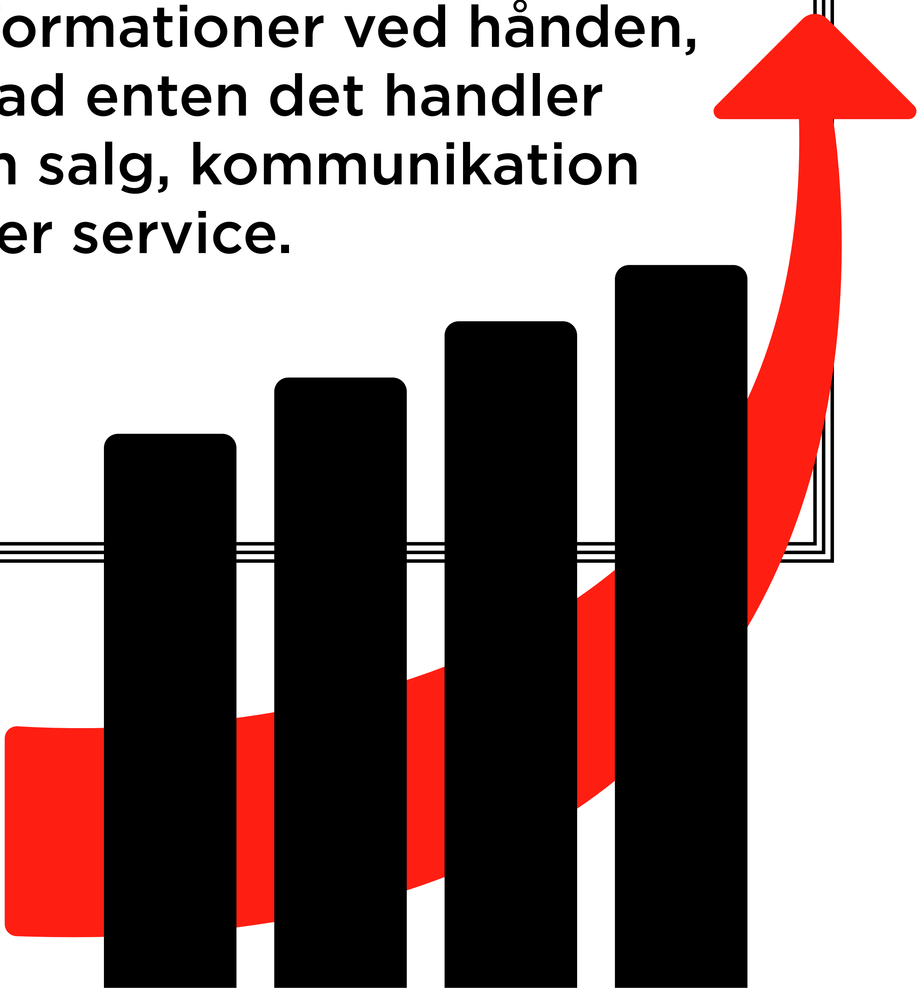
CRM-løsninger har udviklet sig markant de senere år. Især marketing-delen af salgsprocessen er nu langt mere drevet af teknologi, og leadgenerering er i dag noget, der næsten 100% drives digitalt. Og på salgssiden handler det i langt højere grad om at styre og forstå den tragt, hvor leads går ind, og kunder kommer ud.

CRM er den fabrik, der kan hjælpe dig med effektivt at producere leads, sælge mere og i sidste ende skabe bedre resultater på bundlinjen.

Derfor har vi samlet 6 fordele ved at investere i CRM, så du kan få en fornemmelse af, hvordan systemet kan hjælpe din virksomhed.

God læselyst.

CRM står for “Customer Relationship Management”, der kan oversættes til kundestyringssystem.
Målet med CRM er at hjælpe din virksomhed med at øge omsætning og rentabilitet, hæve kundeloyaliteten og reducere omkostninger.
En CRM-platform samler alle informationer om kunder, hvilket sikrer, at alle afdelinger altid har alle informationer ved hånden, hvad enten det handler om salg, kommunikation eller service.



01

Slip af med sælgernes egne systemer

Systematisk og struktureret arbejde hjælper med at nå salgsmålene

Nogle sælgere mener stadig, at de fint kan klare sig med deres eget regneark eller dokumentsystem. Men sælgernes egne systemer og metoder kan give en række problemer.

For det første forhindrer det gennemsigtighed, og både ledelse og resten af organisationen går glip af værdifuld viden omkring salgsarbejdet generelt og den enkeltes performance og forbedringspotentiale.

En CRM-løsning sikrer effektive og ensartede arbejdsgange både i salgsafdelingen og i samarbejdet med andre teams.

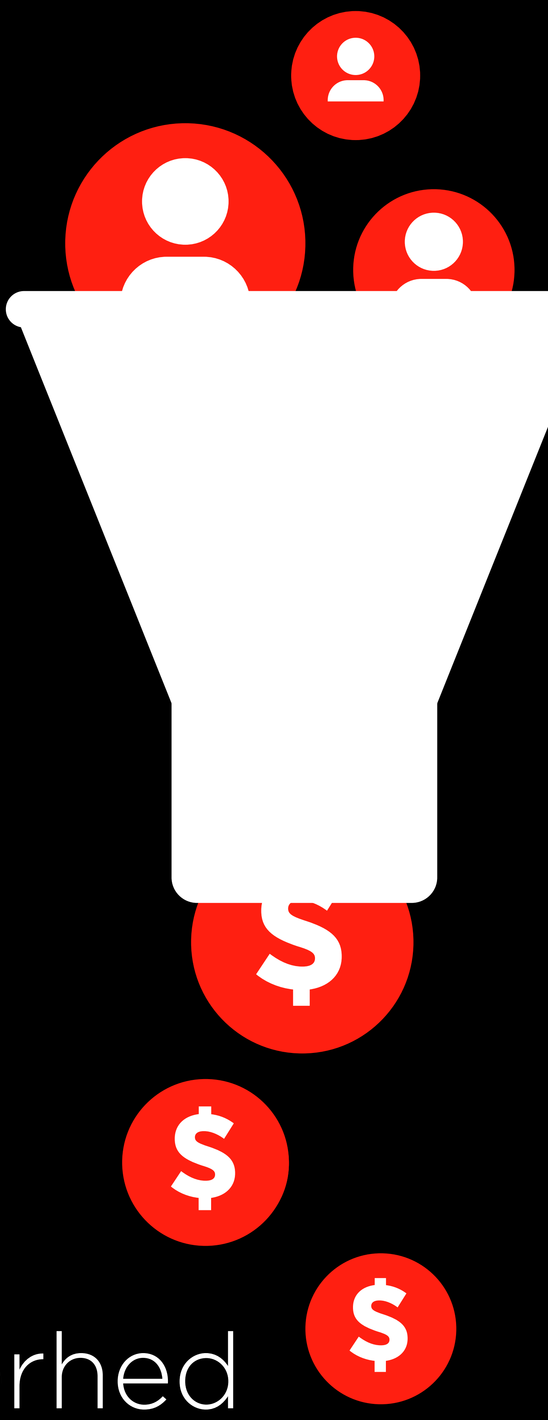
For det andet bliver det meget sværere at identificere og dernæst udbrede best practice på tværs af salgsteamet. Hvis man har en salgsstyrke af en vis størrelse, har du pludselig mange ofte gode perspektiver på, hvordan man lykkes. Den viden skal opsamles og systematiseres, for ellers kan arbejdet ikke skaleres.

Og for det tredje kan et hjemmelavet system ikke integreres med for eksempel marketing, og dermed skabes der uhensigtsmæssige siloer, som igen går ud over effektiviteten, kvaliteten og i sidste ende bundlinjen.

De fleste virksomheder har ambitiøse vækstmål. Til gengæld er det de færreste salgsteams, som svømmer i leads, og derfor er det nødvendigt at arbejde systematisk og struktureret, hvis salgsmålene skal nås, og ambitionerne indfries. Et CRM-værktøj er en uundværlig del af det puslespil.

»Der, hvor et lead bliver til salgsdialog, vil man gerne sikre, at den model, der fungerer, også er den model, der bliver brugt.«

Lars Meincke,
General Manager hos AlfaPeople Nordic



02

Sælg med større sikkerhed og succes

En guidet salgsproces sikrer, at en sælgers succes kan gentages

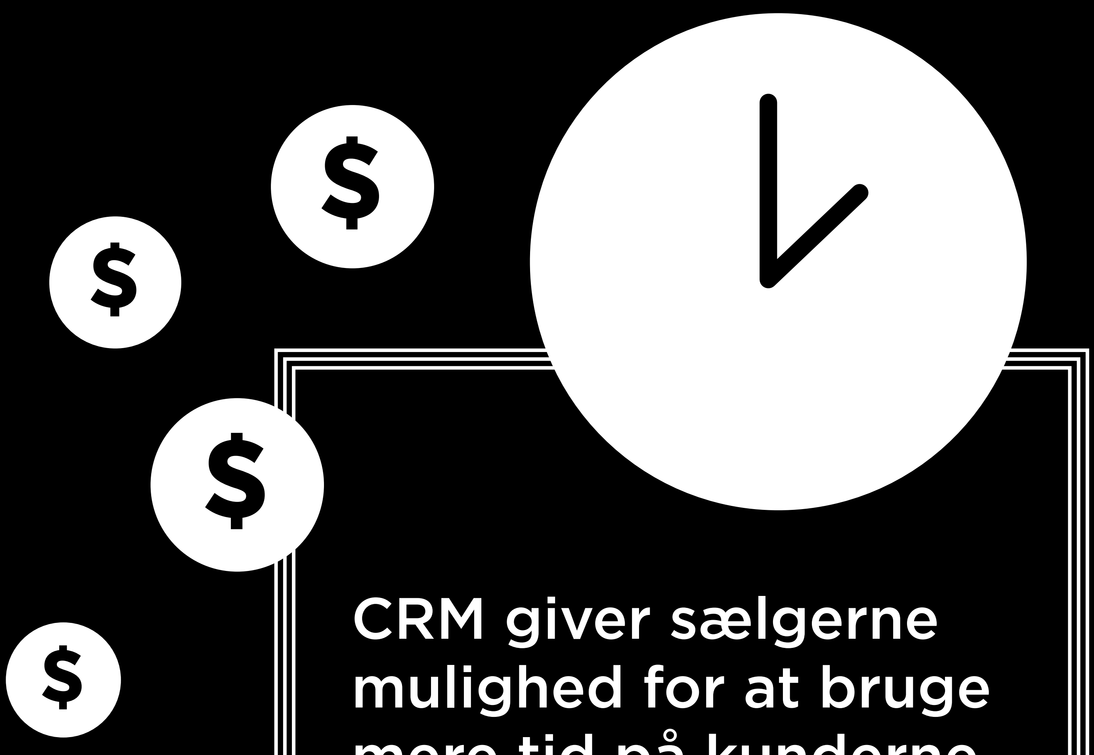
I de fleste brancher er der en optimal og gennemtestet metode til at gennemføre et salg. Der er nogle bestemte spørgsmål, der skal stilles, og nogle bestemte svar, der skal gives. Kort sagt: En salgsproces, der sikrer, at man opnår det bedste resultat.

Der er ofte forskellige processer afhængigt af produkt, men der må ikke være forskel fra sælger til sælger. Hvis sælgerne i teamet har forskellige måder at angribe opgaven, bliver teamet som helhed mindre effektivt.

CRM-platformen kan hjælpe din virksomhed med at etablere en guidet salgsproces, der sikrer:

- At sælgernes arbejde bliver nemmere
- At sælgerne altid ved, hvad der skal gøres
- At processer i salget kan automatiseres
- At sælgerne får en proces, som guider dem sikkert i mål med et salg

Med andre ord bliver resultatet et salgsteam, som har mere tid til kunderne.



CRM giver sælgerne mulighed for at bruge mere tid på kunderne, hvilket leder til flere lukkede handler og en stærkere kundebase.

»En guidet salgsproces sikrer, at man fra sælger til sælger kan gentage succesen, fordi man følger en struktureret proces.«

Jan Finn Andersen,
Functional Solution Architect

Byg en troværdig pipeline

03

Få fokus på potentiale frem for kolde kontakter

Det er voldsomt vigtigt for din virksomheds sundhed, at du kan stole på, at de leads, der er i pipelinen, er nogle, som kan blive til noget. Ellers ender I med at bygge en forretning af luftkasteller og ikke på et fundament af noget realistisk.

Men hvordan sikrer du så, at leads i pipelinen er troværdige?

Det vigtigste er, at sælgeren indfører data i CRM-systemet. Når sælgeren gør det, får I en bottom up-effekt, hvor data er med til at illustrere kvaliteten af jeres leads. På den måde bliver fokus på leads med potentiale frem for på kolde kontakter, der bliver forsøgt genoplivet. Så længe sælgerne tidligt og systematisk lægger information ind, får I et CRM-system fyldt med data, der er korrekte.

Yderligere vil jeres pipeline, når sælgerne konsekvent bruger CRM-platformen, være et mere reelt billede af virkeligheden og skabe en forretning baseret på data. Men husk: Billedet er ikke bedre end kvaliteten af den data, der bliver lagt ind i systemet.

CRM opsamler data og giver et krystalklart billede af din pipeline.

»CRM er med til at sikre, at man kan stole på det, der står i pipelinen, men systemet hjælper også sælgerne med at blive påmindet om det, de skal gøre i processen.«

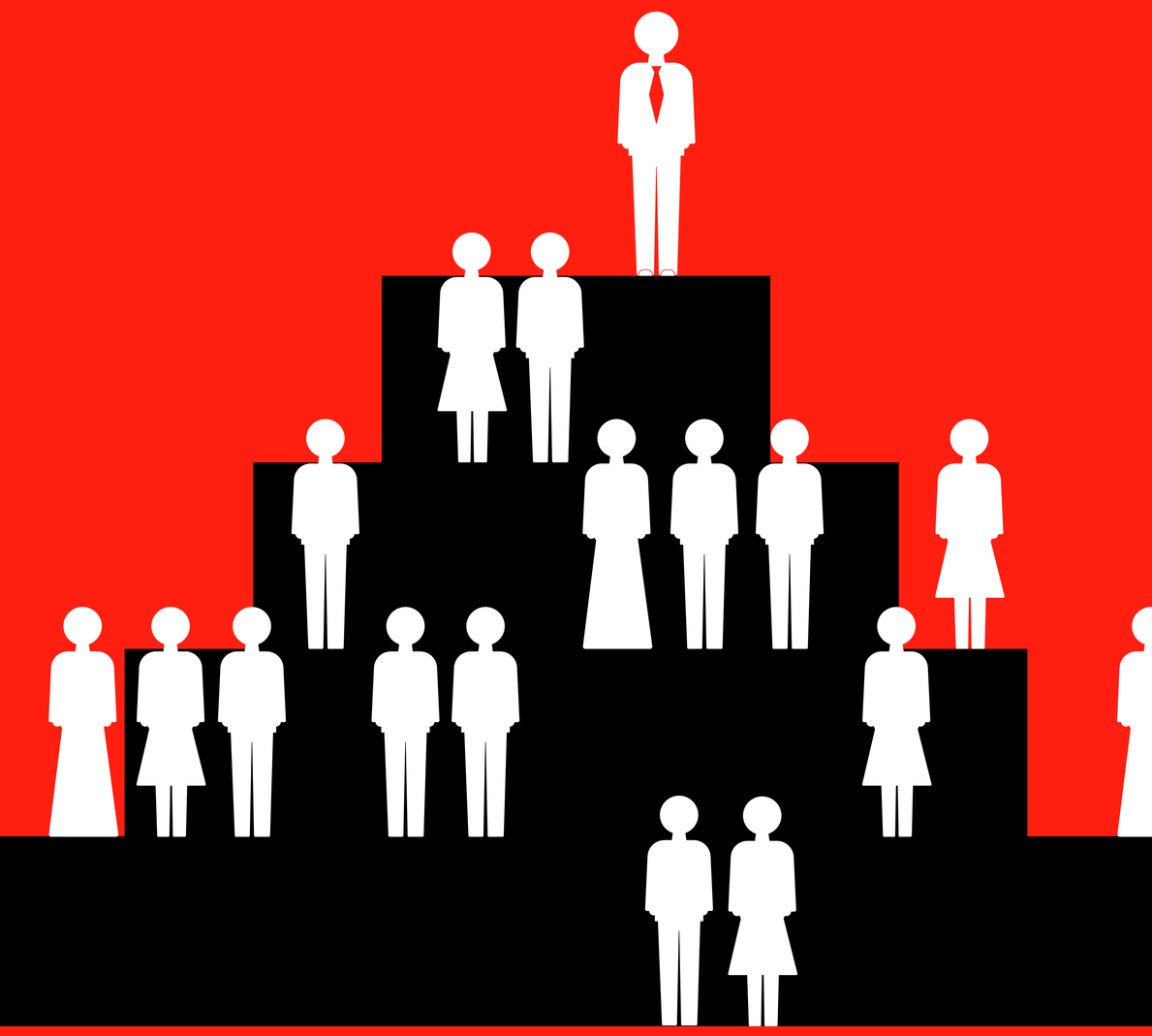
Nicolai Worsøe,
Head of Sales hos AlfaPeople Nordic

04

Få mere effektiv onboarding og offboarding

Effektiv onboarding og offboarding sparer dig tid og penge

Hver gang en ny sælger skal onboardes, kræver det mandskabstimer. Både hos den, der skal læres op, og den, der står for oplæringen. Jo længere tid det tager, jo mere kan det aflæses direkte i salgstallene.



Hvis sælgeren, der onboarder den nye kollega, mangler informationer og et system at undervise ud fra, bliver onboardingen mindre effektiv. Samtidig tager det længere tid for den nye sælger at komme op på et tilfredsstillende salgsniveau.

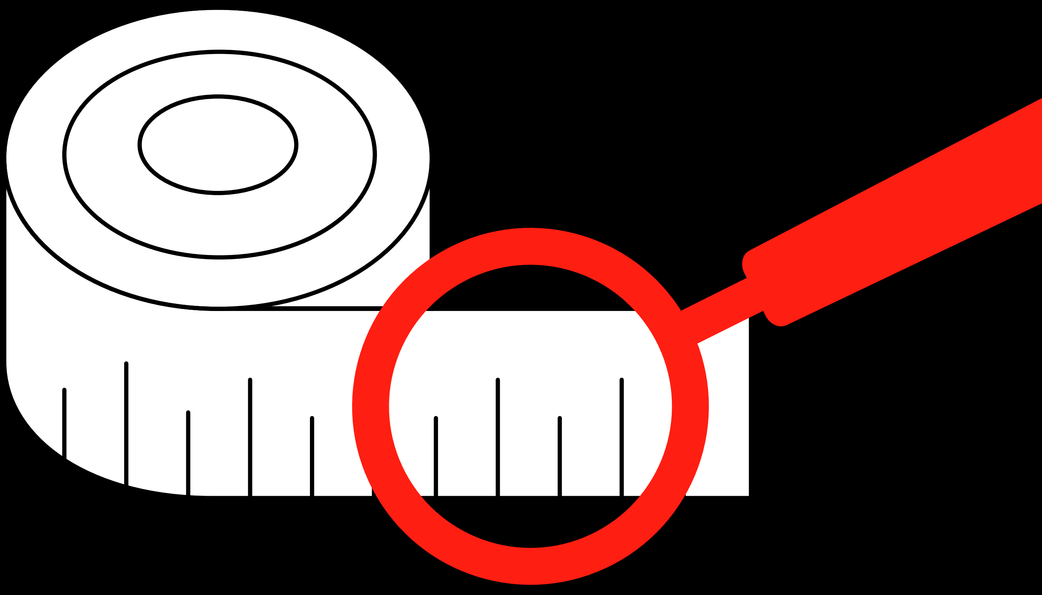
En CRM-løsning kan hjælpe med at sikre en solid og professionel onboarding af nye kolleger. Den nye sælger vil have stor gavn af de foruddefinerede processer i CRM-værktøjet, der viser ham eller hende vejen ved tydeligt at visualisere jeres salgsproces. Og underviseren får samtidig et struktureret system at gå frem efter.

En CRM-platform gør jer også væsentligt mindre sårbare, når en sælger finder sig et andet arbejde og forlader din virksomhed. Hvis sælgeren har brugt CRM-platformen intensivt, er der meget mindre risiko for, at en masse viden forsvinder med ham eller hende ud af døren. Det betyder nemlig, at al data og information om kunder og leads er samlet i systemet. Det giver en bedre offboarding-proces, hvor den nye sælger eller eksisterende kolleger hurtigt kan tage over og arbejde effektivt videre med de leads, der allerede er i gang.

Ved at bruge CRM som en del af onboarding-processen bliver træningen af nye sælgere langt nemmere og mindre tidskrævende.

»Onboarding og offboarding med CRM er meget værdifuldt. Du sparer tid og penge gennem automatiseringen af en række onboarding-processer, og du undgår fejl, fordi viden ligger i systemet og ikke hos den enkelte sælger.«

Nicolai Worsøe,
Head of Sales hos AlfaPeople Nordic



05

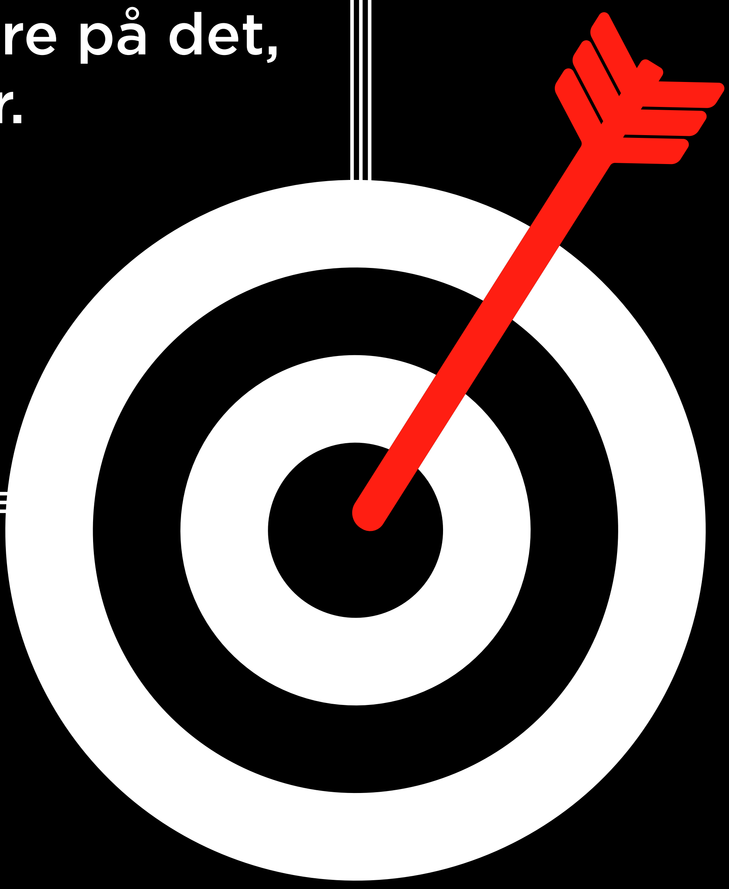
Opnå stor effekt med små justeringer

Sæt fingeren på de små justeringer

Når salgsteamet og hverdagen drøner derudad, kan det være svært at gennemskue, hvor I som virksomhed taber, og hvor I vinder.

Men tænk, hvis du kunne sætte fingeren på lige præcis de små justeringer, der ville give den største effekt i jeres salgsproces.
De små justeringer giver ofte en stor effekt, som virkelig kan rykke ved jeres salgsperformance. Overvej, hvor mange muligheder der er for små procesforbedringer. Og tænk så på potentialet. Det er stort.

CRM giver overblik og viden, så du kan optimere jeres salgsprocesser ved at fokusere på det, der virker.



Med indførelsen af en CRM-løsning kan du for eksempel:

- Automatisere administrative processer, som dit salgsteam ellers ville bruge 100 timer eller mere om ugen på. Og pludselig har du 100 ekstra timer til salg.
- Identificere, hvor én sælger lykkes med en opportunity. Når du forstår det, kan du overføre den viden til resten af salgsteamet, som også kan lykkes endnu bedre. Og når flere lykkes, får flere lyst til at gøre det, der virker.

»Det er overraskende, hvor lidt der nogle gange skal justeres. I golf er det få grader, der bestemmer, om man havner i roughen eller på fairwayen. I salg indfører man nogle processer, som data fra CRM viser virker.«

Jan Finn Andersen,
Functional Solution Architect

Skab større vækst med de samme ressourcer

06

Skab produktivitet på et helt nyt niveau

Skal din virksomhed vokse? Så skal du ansætte flere sælgere, lyder svaret ofte. Men nej, det er ikke altid nødvendigt.

Med implementeringen af CRM i din virksomhed kan du arbejde med styrede og automatiserede salgsprocesser, der skaber effektivitet og produktivitet på et helt nyt niveau. Hvordan?

CRM forbedrer salgsteamets evne til at lykkes, hvilket i sidste ende øger virksomhedens resultat på bundlinjen.

Data fra CRM-platformen kan være med til at identificere, hvor sælgerne lykkes. På den måde kan du bedre både fokusere på at optimere det, der fungerer, og samtidig udbedre det, der ikke fungerer. Én sælgers succes kan dermed bredes ud til hele dit salgsteam, og for samme budget kan I lykkes langt mere. Og det bidrager til vækst.

En CRM-løsning har også direkte indflydelse på produktiviteten og effektiviteten, fordi sælgerne kan bruge mere tid på kunderne end på alt muligt andet. Og sælgere, der er glade for de værktøjer, de arbejder med, skifter heller ikke så ofte job, hvilket ellers ville kunne bremse selv den mest toptunede vækstplan.

»Det samme mandskab får simpelthen bedre forudsætninger for at gøre deres arbejde godt og rigtigt. Og du behøver ikke 200 sælgere, men bare 100, der gør det rigtigt.«

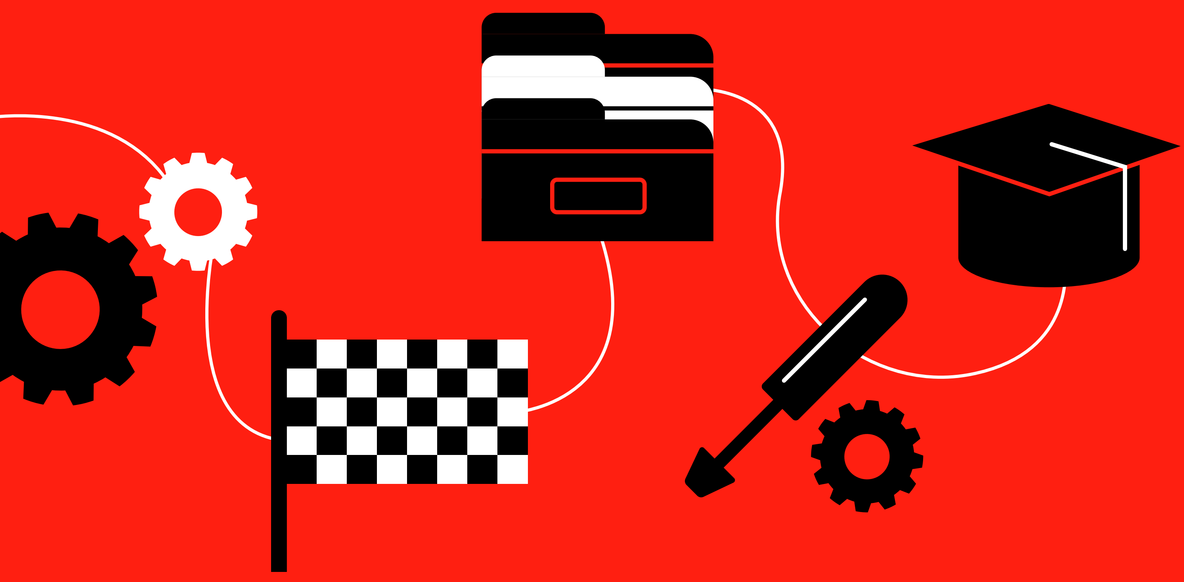
Lars Meincke,
General Manager hos AlfaPeople Nordic

Next step: Hvordan investerer du i CRM?

Sådan lykkes du med din investering i CRM

For de fleste virksomheder er det en større investering at købe et CRM-system. Og hvis du ikke har den nødvendige viden og erfaring med implementering og brug af teknologien, kan du ende med en dyr løsning, som du ikke udnytter optimalt.

Implementeringen af en CRM-løsning i din virksomhed kan skabe mere effektivt salg og vækst på bundlinjen, men det kræver know-how at lykkes. Det sker ofte, at virksomheder investerer i en stor platform, men ikke besidder den viden internt, der skal til for at få al værdi ud af de nye muligheder. Hvordan undgår du at komme i den situation?



Først og fremmest er det vigtigt at indsamle den rette information, inden du vælger, hvilket CRM der skal sættes strøm til i din forretning. I den proces er det en god idé at få ressourcer med om bord, som besidder den viden og ekspertise, du har behov. Det kan for eksempel være et konsulenthus som AlfaPeople.

En konsulentvirksomhed har den viden, der sikrer, at din virksomhed kan blive klædt på til at udnytte en stor teknologisatsning, som en CRM-platform er, fuldt ud. Et konsulenthus har eksperter siddende, der forstår teknologien og dens muligheder, men de ved også, hvilke trends der er i markedet og kan bygge et roadmap, så CRM-løsningen kan rulles ud trinvist i din virksomhed.

Konkret kan konsulenterne hjælpe dig med at bygge dine forretningsprocesser ind i systemet, så leads fra marketing bliver til et salg og en kunde. De kan hjælpe med at skabe overblik over din data og hjælpe med at binde det hele sammen. Et samarbejde med en konsulentvirksomhed kan med andre ord øge sikkerheden for, at du lykkes med implementeringen af CRM i din virksomhed.

AlfaPeople

AlfaPeople hjælper virksomheder med at udvikle brugen og tilpasningen af forretningsteknologier og identificerer, bygger og understøtter unikke forretningsprocesser med kundespecifikke Microsoft Dynamics 365-rejser. AlfaPeople har i mere end 10 år været førende inden for Microsoft Dynamics og har nu kontorer i 14 lande. Med mere end 550 medarbejdere kan AlfaPeople levere den service og ekspertise, du har brug for, når du skal investere i en lang række Microsoft-forretningsløsninger – fra Dynamics Finance & Operations (AX) og Dynamics CRM til Social Engagement. og Power Platform.

Læs mere