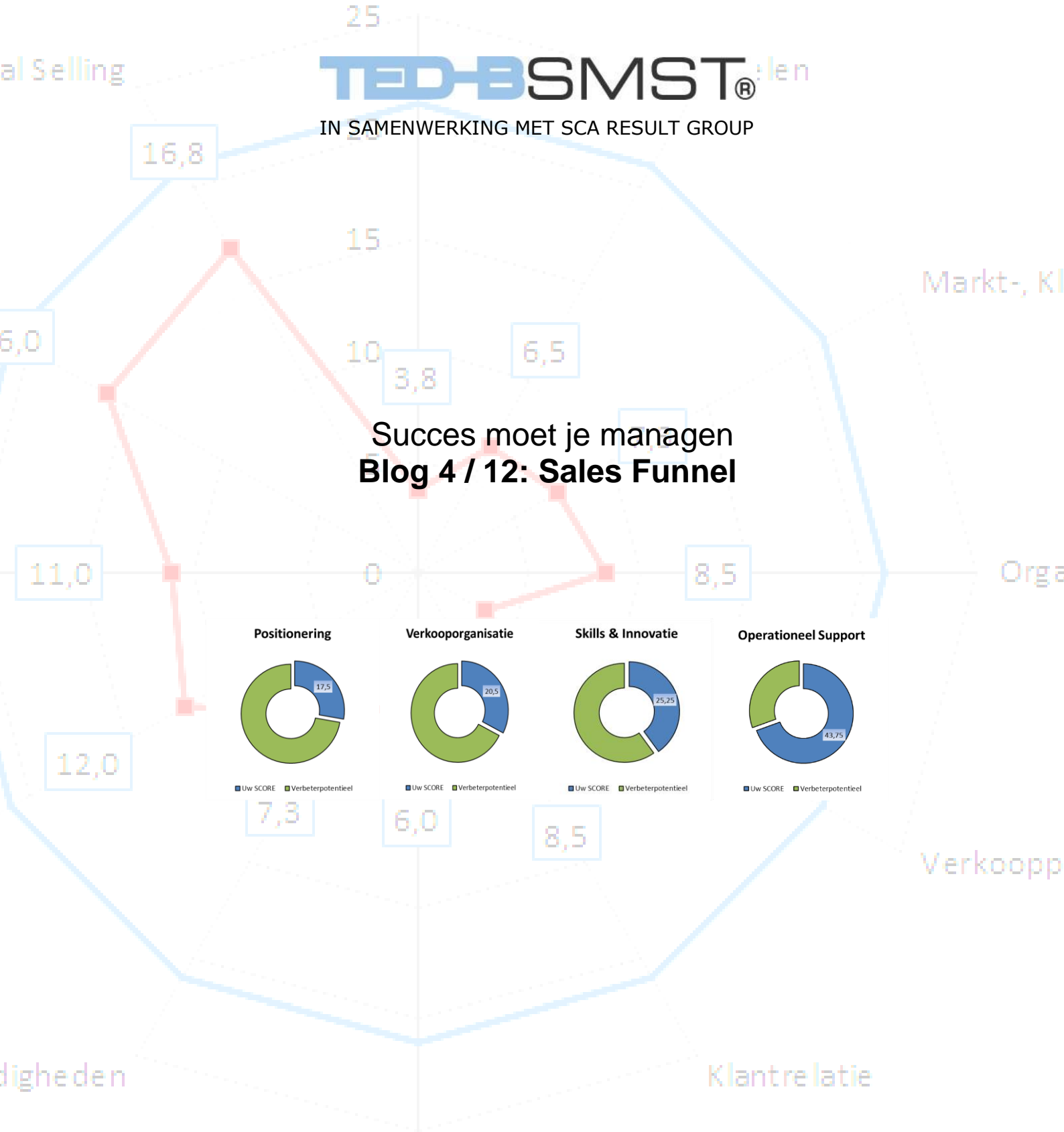


Strategie

TED-B SMST®

IN SAMENWERKING MET SCA RESULT GROUP

Succes moet je managen
Blog 4 / 12: Sales Funnel



Hoe voorspelbaar is uw Sales Funnel?

Welke waarde kunnen we toedichten aan onze voorspellingen ten aanzien van het verkoopbudget? Die vraag is vaak lastig te beantwoorden. Enerzijds omdat niet iedereen een glazen bol heeft en anderzijds omdat veelal verkoopstructuren ontbreken die ons helpen om het verkoopbudget naar succes te managen.

Essentiële elementen bij de inrichting (lay-out) van een verkooporganisatie zijn **verkoop KPI's** en de bijbehorende methodiek van de **Sales Funnel**.

“Een goed gedefinieerde Sales Funnel is het stuur van de verkooporganisatie.”

Bij het vaststellen van verkoop **KPI's** spelen 2 aspecten een rol:

- o *kwantitatief*: omzet, aantal klanten, offertes, marge, klachten, crossorders, et cetera.
- o *kwantitatief*: geeft antwoord op de vraag op welke wijze dat gebeurt.

Uiteraard zullen KPI's per verkoopfunctie (klanten winnen, behouden en uitbouwen) anders zijn.

Een aspect dat in verkoop nogal veronachtzaamd wordt is gedefinieerde aandacht voor de **Sales Funnel**. De sales funnel geeft inzicht in het aantal leads dat gegenereerd moet worden om de verkoopdoelstellingen te realiseren. Op basis van **metingen** uit het verleden wordt vastgesteld wat gemiddelde conversiegetallen zijn (omzetting lead/offerte cq offerte/order).



Voorbeeld Sales Funnel 'trechter'

Op een relatief eenvoudige manier kunt u zelf berekenen hoeveel afspraken u dient te genereren om de gewenste omzet te halen. Het komt er simpelweg op neer dat indien er aan de bovenkant te weinig sales leads worden gescoord er aan het eind van de pijplijn geen of weinig resultaat zal zijn.

Bij het opstellen van de juiste criteria voor een Sales Funnel besteed je aandacht aan:

- **Realistische conversiegegevens**, veelal gebaseerd op empirische gegevens
- Zet alleen **gekwalificeerde leads** in het systeem (MQL's: Marketing Qualified Leads)
- **Monitoren (én sturen) van ontwikkelingen**, de meeste CRM-applicaties kunnen dit!

TIP: In onze praktijk komen wij nog vaak organisaties tegen die de Sales Funnel te optimistisch opstellen waardoor uiteindelijk geen enkele voorspelling uitkomt. Dat werkt sterk demotiverend. **Stel liever criteria op met behulp van objectieve metingen!**

Voor elke organisatie gelden andere richtlijnen als het gaat om het inrichten van de Sales Funnel. Eenmaal goed vastgesteld heeft u een praktische tool om de voortgang te monitoren.

Namens TED-B Associates en Roel Wollaert Consulting

Roel Wollaert: 06-18711298 / Thom Arendsen: 06-51206833