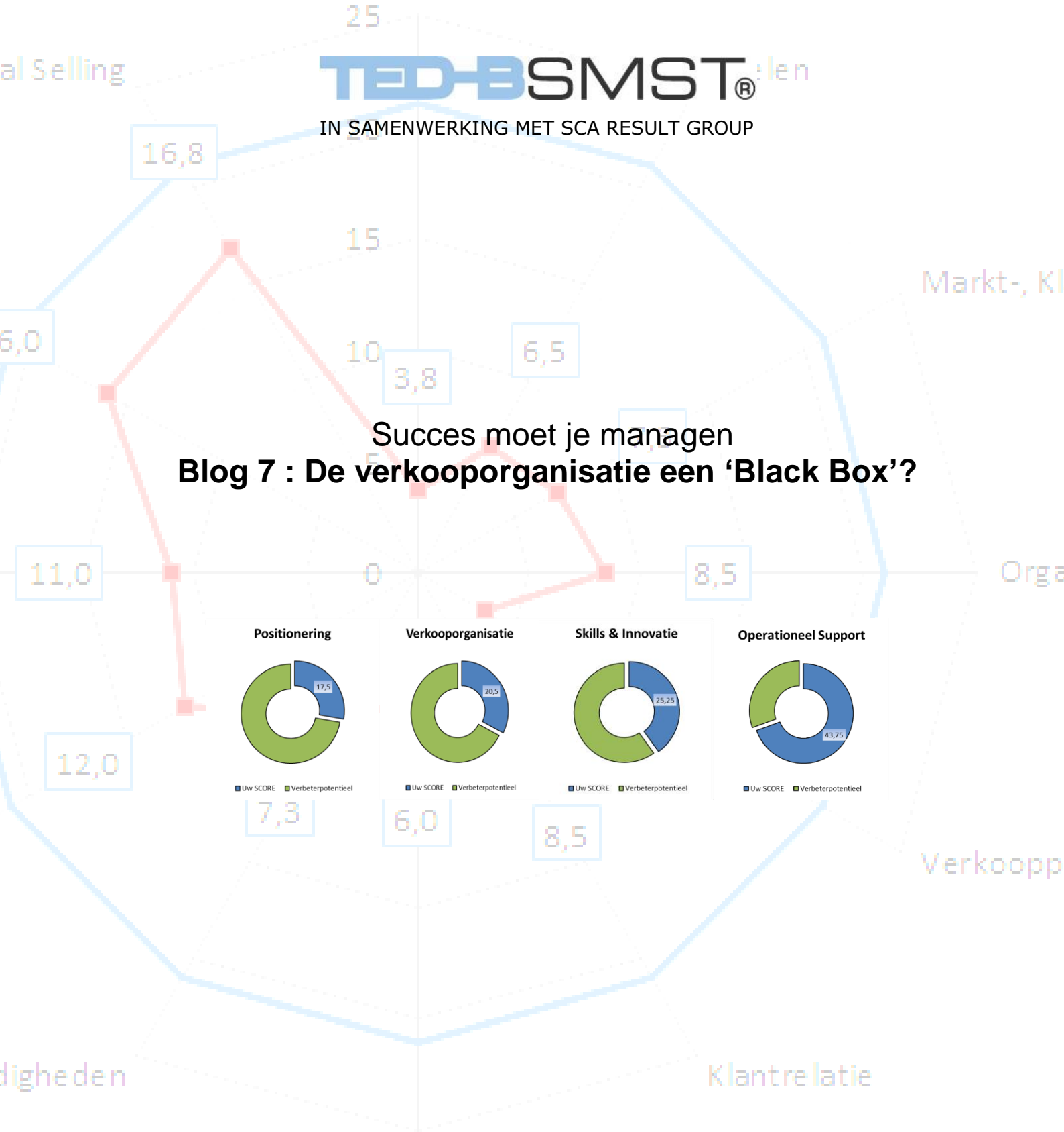


Strategie

**TED-B SMST®**

IN SAMENWERKING MET SCA RESULT GROUP

Succes moet je managen  
**Blog 7 : De verkooporganisatie een 'Black Box'?**



## Is uw verkooporganisatie nog een 'Black Box'?

Veel kansen blijven liggen als gevolg van het ontbreken van duidelijke doelstellingen, een heldere structuur én het niet meten van relevante verkoopparameters.

Als (sales) manager moet je duidelijk zijn over de doelstellingen van de (sales)organisatie. Bij optimalisatie van verkoopprocessen is het niet de bedoeling bepaalde verkoopmedewerkers onder druk te zetten of te bestraffen. Het gaat erom meer tijd vrij te maken voor echte sales, voor activiteiten die omzet genereren.

In dit 7<sup>e</sup> blog nemen wij je mee langs de relevante aandachtsgebieden van Sales & Marketing.

### Maak je salesorganisatie transparant, integreer verkoop in de bedrijfsprocessen en neem de regie in klantgerichtheid!

Goed ingerichte verkoopprocessen bewerkstelligen het volgende:

- ✓ Effectievere tijdsbesteding, meer tijd voor je kernactiviteiten;
- ✓ Lagere verkoopkosten, mede door minder fouten in offertes/contracten;
- ✓ Kortere doorlooptijden, concurrentievoordeel neemt toe;
- ✓ Grotere klantgerichtheid, hogere medewerkers- én klanttevredenheid;
- ✓ Producten/diensten worden op tijd en conform verwachtingen geleverd.

Verbeteringen realiseer je mede door:

- ✓ Verkoopdoelstellingen helder te formuleren. Waar sturen we op?
- ✓ De doelstellingen duidelijk te vertalen in operationele activiteiten;
- ✓ Inzicht te geven op de (tussen)resultaten of relevante parameters;
- ✓ Nauwe samenwerking en communicatie met alle stakeholders;
- ✓ Creëren van een duidelijk klantbeeld, wensen en verwachtingen van de klant;
- ✓ Inzicht in het verkoopproces te geven, zodat interventies **waarde** kunnen **toevoegen**.

De 3 belangrijkste zaken, om te onthouden, bij optimalisatie van uw verkoopproces(sen) zijn:

- 1. Verkoopdoelstellingen**
- 2. (Proces)structuur**
- 3. Meten**

## Strategie

Door duidelijke **verkoopdoelstellingen** (SMARTIE's uit blog 2!) te formuleren geef je richting aan alle verkoopactiviteiten en zorg je er voor dat alle neuzen dezelfde kant opstaan. Met een goede samenhang tussen korte en lange termijn doelstellingen, zorg je niet alleen voor 'Quick Wins', maar ook voor een **duurzame relatie** met klanten en dus **continuïteit**.

Een goed ingericht verkoopproces met een heldere **structuur** is onmisbaar voor verkoop.



Om deze structuur aan te brengen kunnen de zes componenten van bedrijfsvoering nuttig zijn:

1. **Besturing** : wat zijn onze verkoopdoelstellingen en hoe sturen we daar op?
2. **Producten/diensten** : wat leveren we aan onze klanten?
3. **Processen** : welke activiteiten voeren we daarvoor uit?
4. **Organisatie** : wie voert die activiteiten uit?
5. **Applicaties** : welke ICT-middelen hebben we daarvoor nodig?
6. **Gegevens** : welke gegevens hebben we nodig?

Door regelmatig (continue) te **meten** of verkoop nog op koers ligt, krijgt u inzicht in het functioneren van het verkoopproces en de verkooporganisatie.

**Resultaat: grotere effectiviteit en 15 à 30% lagere bedrijfskosten**

**“Het LEAN-gedachtengoed is uitermate geschikt voor Sales & Marketing!”**

Het verbeteren van processen is vanzelfsprekend niet iets wat je maar één keer doet. Het betreft een continue cyclus van in kaart brengen, analyseren, (her)ontwerpen plus implementeren. In de meeste organisaties bieden zich velerlei mogelijkheden voor verbetering in het salesproces die niet alleen gemakkelijk te implementeren zijn maar ook veel effect sorteren.

**“Eén ding staat buiten kijf: verbeteringen in het salesproces van een organisatie zullen de salesprestaties verhogen, veelal zelfs drastisch.”**

**Namens TED-B Associates en Roel Wollaert Consulting:**

Thom Arendsen (06-51206833) & Roel Wollaert (06-18711298)