

Löydä mahdollisuuksia paikoista, mistä et ole koskaan etsinyt



Myyjät löytävät uusia myyntimahdollisuuksia kahdenlaisista yrityksistä. Ensimmäiseen ryhmään kuuluvat yritykset etsivät aktiivisesti ratkaisua ongelmaansa tai tavoitteensa saavuttamiseen. Hyvä esimerkki tämän tyyppin “yrityksistä” on julkisen sektorin julkisesti avoinna olevat tarjouspyynnöt.

Toisen asiakasryhmän muodostavat yritykset, jotka eivät aktiivisesti etsi ratkaisua.

Kun myyjiltä kysyy, kumpaan ryhmään heidän asiakkaansa kuuluvat, on vastaus yleensä ensimmäinen ryhmä, joka koostuu ratkaisua jo etsivistä. Jos myyjä pystyy ylläpitämään myyntiputkeaan ja myyntituloksiaan, niin hyvä, mutta usein tapa on riittämätön.

Yleensä myynnin kasvattaminen edellyttää keskusteluja mahdollisten asiakkaiden kanssa, jotka eivät ole etsimässä mitään ratkaisua. Kun myyjä onnistuu onnistuu yhdessä asiakkaan kanssa arvioimaan tarvetta ja suunnittelemaan ratkaisun tarpeeseen, saa myyjä kaupan suurella todennäköisyydellä. Ratkaisumyyntiä koskevan tutkimuksen mukaan jopa 90 %:ssa tapauksista on voittajana myyjä, joka on ajoissa liikkeellä.

Esimerkkinä julkisista hankinnoista, että niissäkin joku myyjä on ollut yleensä ensimmäisenä keskustelemassa asiakkaan kanssa ennen kuin asiakas on alkanut aktiivisesti hakea ratkaisua tarpeeseensa. Ja kun huomio sen, että julkisissa hankinnoissa voi olla mukana jopa 20 - 30 tarjoajaa, on aika selvää, että niissä on vaikea voittaa, ellei sitten itse ole se, jonka kanssa asiakas on ensin puhunut ja jonka kanssa ostaja on mahdollisesti pisteyttänyt päätöskriteerit.

Kyse on uusien asiakkaiden **etsimisestä** ja asiakkaiden siinä mielessä, että ne ovat uusia asiakasyrityksiä tai yrityksen sisällä uusia asiakashenkilöitä.

Myyntisuppiloon peilaten kyse on siitä, että myyjä täyttää myyntisuppiloa uusilla asiakkailla. Myyntisuppiloon uusi asiakas tipahtaa, kun myyjä on tunnistanut (ja asiakas on tunnustanut) tarpeen, jonka myyjä voi tuotteillaan tai palveluillaan ratkaista.



©Copyright

Actional Oy
Hepokalliontie 2
00850 HELSINKI
p. 040 5509200
info@actional.fi
www.actional.fi

Avainkysymys on se, kuinka paljon myynti käyttää aikaa uusien mahdollisuuksien etsimiseen. Etsivä löytää sanotaan. Joka ei etsi, ei löydäkään ja myynnistä puhuttaessa se usein johtaa vain vanhojen myyntisuppilossa jo olevien myyntitapausten "hoitoon".

Ellei yrityksessäsi ole vielä auditoitu myyntisuppilossa olevia myyntitapauksia on syytä tehdä se pian, sillä myyntisuppilossa voi olla piilossa epätoivoisia myyntitapauksia, jotka antavat ylioptimistisen kuvan tulevasta myynnistä.

Peukalosääntöjä suppilossa olevien asiakkaiden tilan arviointiin ovat:

- jos tapaus on ollut suppilossa pitkään ja päätös on siirtynyt kerta toisensa jälkeen, niin poista tapaus suppilosta ellei seuraava ole mahdollinen
- pitkään jatkunut tapaus, joka ei ole edennyt mihinkään ei todennäköisesti etene sellaisenaan tulevaisuudessakaan, joten yksi keino on arvioida asiakkaan kanssa tarve uudelleen ja suunnitella uusi ratkaisu
- jos tapauksesta ei tiedetä, mikä on tarve jota halutaan ratkaista, ei tapaus kuulu suppiloon.
- jos asiakas **ei itse tee mitään** tapauksen edistämiseksi, on se hälytysmerkki siitä, ettei tapaus ole asiakkaalle tärkeä

Myyntisuppilon auditoinnissa huomio vielä se, kuinka monta uutta myyntitapausta viime kuukausien aikana olette löytäneet ja vähennä luvusta päätettyjen tapausten määrä. Jos jäännös on suurempi kuin nolla, olette kasvattamassa myyntitapausten määrää, jos alle nolla, myyntitapausten määrä laskee.

Uusien myyntitapausten etsimisellä täytät myyntisuppiloa, myyntisuppilossa olevien tapausten analyysillä ja tapausten karsinnalla saat suppilosta realistisen ja vapautat myyjiä uusien tapausten etsimiseen.

Eräässä yrityksessä myyntijohtaja nosti uusien myyntitapausten etsimisen prioriteetissa toiselle sijalle ja sen seurauksena hän kaksinkertaisti myynnin yhdessä kvartaalissa ja uudelleen kaksinkertaisti myynnin seuraavassa kvartaalissa.

Ei huono.



©Copyright

Actional Oy
Hepokalliontie 2
00850 HELSINKI
p. 040 5509200
info@actional.fi
www.actional.fi