

Tietotekniikkamyynnin kaavat

Tietotekniikan ja osaamispalvelujen myynnin tuottavuuden selittää usein organisaation rakenne. Muuta rakennetta ja muutat käyttäytymistä. Sen olet ehkä kuullut aikaisemminkin.

Neljä keinoa tietotekniikan myyntiorganisaation rakenteen arviointiin ovat SWOT, myyntitavan selvittäminen, ihmisten taidot ja asiakkaiden ymmärtäminen.

Tee SWOT koko yrityksestä tai myyntitiimistä, palvelutiimistä tai projektitiimeistä. SWOT:han tulee englanninkielisistä sanoista Strengths, Weaknesses, Opportunities ja Threats. SWOT-analyysi on tutkimustyökalu tiedon keräämiseen. Sen avulla on helppoa tunnistaa missä organisaatio on nyt, ja mitä pitää kehittää. Vahvuudet (Strengths) ja heikkoudet (Weaknesses) käsittelevät organisaation SISÄISIÄ ominaisuuksia. Mahdollisuudet (Opportunities) ja uhat (Threats) koskettavat ULKOISIA haasteita.

Käytä vaikka seuraavia kysymyksiä sellaisenaan tai malleina omalle SWOT:lle

Vahvuudet	Heikkoudet	Mahdollisuudet	Uhat
Minkälaisia asiakkaita olette palvelleet parhaiten?	Missä kilpailukyky rapautuu?	Mitä aloja kilpailijat eivät ole huomanneet?	Oletteko haavoittuvia? Mitä kilpailijat tekevät?
Missä myyntiorganisaatio on hyvä?	Mitä pitää välttää aikaisempien virheiden perusteella?	Mitkä talouden kehitysnäkymät hyödyttävät?	Mitkä ongelmat voivat muodostua kriiseiksi?
Kuinka organisaatio pärjää kilpailussa?	Mitä teette huonosti?	Mitä uusia nykyisten asiakkaiden tarpeita voisitte tyydyttää?	
Mitkä ovat ydinosaamiset?	Millaisia voimavaroja myyntiorganisaatiosta puuttuu?		

Muista että tarkoitus on kerätä tietoa. Voit tunnistaa tärkeitä ja kiireellisiä asioita SWOT-analyysin avulla. Tee niille haasteille jotakin, mille voit – nyt!

Myyntitapa

Yleensä ihmiset haluavat taaplasta omalla tyylillään. He eivät halua, että yrityksessä käytettäisiin rakennetta ja systeemiä, koska he joutuisivat vastuullisiksi. Monet tietotekniikkaa myyvät yritykset ymmärtävät, että vaikuttava ja suorituskykyinen työ tehdään systeemien kautta. Tietotekniikan myynti edellyttää prosesseja, jotka edistävät systemaattisesti onnistumista. Tietotekniikan ostajat ovat älykkäitä ja nokkelia. Myyntisysteemin pitää koostua sellaisista prosesseista, joiden myyjät voivat osoittaa ostajalle tuovan arvoa sekä ratkaisevan pulmia. Mitä monimutkaisempaa myynti on, sitä tärkeämpää on määrittää prosessit. Kehittämällä ja ylläpitämällä myyntiprosessia, luot tuloksia tuovan pelisuunnitelman.

Kehitä ihmistä

Jos myyjä jää yksin, saavuttaa hän 60% kapasiteetistaan. Puolella myyjistä puuttuu hyvän myyjän käyttäytyminen. Kirjoitan tahallani käyttäytyminen, enkä osaaminen, koska käyttäytyminen on osaamisen ulospäin näkyvä ilmentymä. Voiko olla pianisti, jos ei soita pianoa, vaikka osaisi soittaa.

Tutkimusten mukaan onnistuvilla myyjillä on:

- Kilpailuhenkeä
- Itseluottamusta
- Sitkeyttä
- Energiaa
- Myyntivoimaa

Käyttäytymistä voi oppia, jos oppilas on avoin sokeille pisteilleen ja halukas kehittymään paremmaksi. Ihminen varmistaa onnistumisen määrätietoisella toiminnalla ja keskittymällä olennaiseen.

Ymmärrä asiakasta

Joissakin ammateissa reseptin kirjoittamista ennen diagnoosia pidetään virheenä. Toisen ihmisen ymmärtämistä on aina pidetty elämän suurena haasteena. Se jolla on työkalut ja osaa niitä käyttää, tavallisesti voittaa. Kysy myyntiprosessin aikana:

Miten prospekti suhtautuu organisaatioon ja toimii muiden kanssa? Puhuu enemmän kuin kuuntelee, ajattelee vai toimii ensin jne. Entä kuinka prospekti tekee päätöksiä? Ovatko ne loogisia vai empaattisia ja harmoniaa hakevia, ajatteleeko kriittisesti vai pyrkiikö luonnollisesti miellyttämään muita. Miten prospektin uskomukset vaikuttavat, ovatko ne arvoihin perustuvia vai tosiasioita. Kuinka prospekti käsittelee ja vastaanottaa informaatiota?

Tietotekniikkaa myyvä yritys joka onnistuneesti ottaa käyttöön edellä mainitut myyntiprosessit, nostaa viivan alle jäävää euromäärää!