

10 konkreettista B2B-myyntivinkkiä

Suuren myyntiorganisaation ja tuhansien asiakkaiden ansiosta me Limellä olemme oppineet B2B-myyntistä olennaisimman. Koska olisi aika järjetöntä pantata kaikki tuo tieto itsellämme, olemme tehneet tämän julisteen sisältäen 10 konkreettista vinkkiä, jotka tekevät sinusta paremman myyjän. Anna palaa!

1

Laske aktiviteettisi

Mihin kaikkiin toimiin sinun on ryhdyttävä sopimuksen tekemiseksi? Mikä on osumaprosenttisi (hit rate) ja minkä arvoinen on kauppajesi keskiarvo? Määritä luvut jokaisesta myyntiprosessin vaiheesta ja selvitä, montako kauppaa sinun on tehtävä vuodessa. Näin saat myynnistä konkreettisemmän ja paremmin hallittavan!

Oletetaan, että myyt 1,5 miljoonalla ja kauppajesi keskiarvo on 75 000 euroa. Tämä tarkoittaa, että sinun on tehtävä 20 kauppaa. Jos osumaprosentti on 50 % jokaisessa vaiheessa, se tarkoittaa, että sinun on suoritettava 40 tarjousta, 80 seurantakäyntiä, 160 ensikäyntiä, 320 keskustelua tapaamisen varaamiseksi sekä 640 puhelua prospekteille.

2

Työskentele rakentavasti kylmäsoittojen avulla

Ensinnäkin: muista varata aika kalenterista tälle työlle saadaksesi sen alkuun. Kokoa huolessa harkittu soittolista ja merkitse siihen eniten huomiota kaipaavat soittokohteet. Valmistaudu myös henkisesti keräämällä mahdollisia vastaväitteitä ja vastauksia suunnitelmaan tai soittopuuhun.

3

Hyödynnä pain selling

Pain selling tarkoittaa potentiaalisen asiakkaan ongelmien tunnistamista ja määrittelemistä ennen tuotteesi/palvelusi esittämistä ratkaisuna. Tämä kuulostaa yksinkertaiselta, mutta monet eivät selviä "kivusta" (kognitiivinen dissonanssi), jonka silmien ummistaminen ongelmille aikaansaa. Ihmiset haluavat olla rationaalisia, ja jos voit auttaa heitä siinä, sinulla on paljon voitettavanaasi!

4

Lajittele kaupat oikein 4 säännön avulla

Priorisoi aikasi oikeille kauppoille myynnin 4 säännön avulla: tarve, päätöksentekijä, päätöksenteko ja budjetti. Sillä haluathan varmasti käyttää aikaasi ja energiaasi yrityksiin, joita voit auttaa (tarpeisiin vastaaminen), joissa on päätöksentekijöitä, joilla on asetettu budjetti ja joiden päätöksentekoprosessia voit seurata.

5

Uskalla tavoitella uusia prospekteja ja kauppvoja

On olemassa vähintään kolme tilannetta, joissa sinun tulee AINA etsiä uusia prospekteja: asiakaskäynti, kylmäsoitto ja seurantapuhelu nykyisille asiakkaille. Kysy, tunteeko keskustelukaverisi mahdollisesti jonkun toisen joka (myös) tarvitsee tuotettasi/palveluasi. Sillä sinullahan ei ole mitään hävittävää!

6

Reagoi saavutettavissa olevaan liidiin nopeasti

Ketkä prospekteista ovat käyneet verkkosivustolla? Onko heillä mahdollisuus ottaa sinuun yhteyttä? Hyödynnä saavutettavissa olevat liidit älykkäiden työkalujen avulla ja toimi hienovaraisilla mutta tärkeillä ostosignaaleilla. Mutta sinun on oltava nopea! Jos soitat liidille 60 minuutin sisällä, on seitsemän kertaa todennäköisempää, että sinulla on mielekäs puhelu verrattuna siihen, jos soitat tunnin jälkeen.

Lähde: "The Short Life of Online Sales Leads", Harvard Business Review

7

Etsi "kaksoiset" parhaille asiakkaillesi

Kaksoisanalyysin tekeminen tarkoittaa sitä, että valitset yhden parhaimmista asiakkaistasi ja etsit vastaavanlaisia yrityksiä prosessin aloittamiseksi. Erilaiset myyntityökalut auttavat sinua tässä, löytäen osumat sekunneissa.

Mutta miksi kaksoisanalyysit? Koska: a) ymmärrät jo tietyn toimialan tai tietyn tyyppisen yrityksen ongelmakuvan ja sinulla on ratkaisu siihen, b) sinulla on kokemusta vastaavanlaisten yritysten kanssa toimimisesta, minkä ansiosta pystyt olemaan itsevarmempi ottaessasi yhteyttä uusiin liideihin ja c) sinulla on asiaankuuluvia viitteitä, jotka vievät sinut uskottavuusportailta muutaman askeleen ylöspäin.

8

Pidä aina "liiketoimintalasit" päässäsi

Yleisesti ottaen hyvä myyjä etsii AINA uusia kauppvoja. Huomioi ohitse kulkevat eri yritysten autot, tarkista sanomalehti-ilmoitukset (onko heillä varaa mainostaa julkaisuissa, onko heillä riittävästi varaa tuotteisiisi/palveluihisi), seuraa sosiaalisen median ryhmiä ja bongaa yritysten kylttejä suurilta yritys-/teollisuusalueilta ... Liiketoimintamahdollisuuksia voi löytyä mistä tahansa!

9

Näe asiakaskuntasi potentiaali

Tiesitkö, että nykyisten asiakkaiden säilyttäminen ja lisämyynti heille on paljon halvempaa ja tehokkaampaa kuin uusien jahtaaminen? Yksi vinkki on segmentoida asiakkaasi heidän uskollisuuden ja potentiaalin/budjetin perusteella. Sijoita asiakkaat matriisiin ja panosta suurempi energiamäärä "kassamagneetteihin" (korkea uskollisuus, korkea potentiaali) ja "potentiaaliseen riistaan" (matala uskollisuus, korkea potentiaali).

10

Hyödynnä massakommunikaatiota

Massakommunikaatio on kuollut... vai? Ei suinkaan, voit käyttää sitä edelleen tehokkaasti myyntiprosessissasi! Kutsu esimerkiksi aivan uusia kontakteja seminaariin ja huomaat nopeasti, missä heistä on potentiaalia liiketoimintaan ja missä ei. Massakommunikaatiota voidaan käyttää myös lähentymisessä ja lisämyynnissä nykyisille asiakkaille. Niin kauan kuin reaktiot ovat mitattavissa, se on tehokas tapa määrittää, mikä kontakteista on "hot or not"!