

Nieuwe rollen van externe sales.



Sales is dood

Commerciële processen zijn de laatste jaren drastisch veranderd door internet en andere digitale ontwikkelingen. Het accent van commerciële processen is voor een deel verschoven naar marketing automation en inbound sales.

Sales is dood, lang leve sales

In business to business sales zijn face to face gesprekken nog steeds belangrijk, maar ze hebben een nieuwe rol.

Oude rollen

- Zoeken naar nieuwe klanten. Dit proces is inmiddels overgenomen door marketing automation en inbound sales.
- Informatie geven over de organisatie en producten/diensten. Deze rol is bijna volledig overgenomen door internet. Toekomstige klanten hebben zich al georiënteerd en weten wat er te koop is.
- Koffie drinken en orders ophalen. Deze rol is passé. Klanten hebben weinig tijd en leggen orders in bij inbound sales wanneer het hun schikt.
- Het maken van een aanbieding. Deze rol is bijna geheel overgenomen door sales automation en inbound sales.
- Problemen oplossen. Deze rol is nog steeds van belang, maar wordt ook meer en meer opgepakt door de service organisatie.



Nieuwe rollen

- Achterhalen en activeren van latente 'pijn' bij toekomstige klanten. Hierdoor ontstaat een diepere relatie en is de kans groter dat iemand bij jouw organisatie koopt, zelf tegen een hogere prijs!
- Zorgen dat toekomstige klanten toegevoegde waarde herkennen jouw organisatie. Hoe meer toegevoegde waarde de klant ervaart, des te meer zal de klant bij jou kopen.
- Organiseer leuke ervaringen. Dit zorgt voor een goed gevoel bij jouw relaties.
- Zorgen dat klanten fan worden en blijven. Wat zou het betekenen als jouw klant zelf klanten bij je aanbrengt?

Voor meer informatie:



Raymond Zijlstra

Bedrijfseconoom, gespecialiseerd in Sales Management, Marketing, Commercial Excellence en Business Development.

Eigenaar van Verkoopkracht.com & Partner van Blue Pepper

Telefoon: +31(0)6 50 2929 54

E-mail:

Raymond@verkoopkracht.com

Raymond@bluepepper.blue