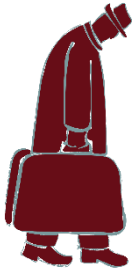


Sales is dood, leve sales!



Door de digitale ontwikkelingen is het koopproces van klanten enorm veranderd. Hierdoor zijn aanpassingen nodig in commerciële processen van organisaties. De noodzaak van deze aanpassingen wordt grimmig onderstreept door de vele faillissementen van organisaties die het niet is gelukt om zich aan te passen.

Dit blog gaat in op de rol van sales professionals. Traditioneel waren sales mensen het levensbloed van commerciële organisaties. Acquisitie met de telefoon, afspraken maken, op bezoek gaan, klanten informeren. Deze rol wordt steeds minder belangrijk. Is sales dood? Nee, maar voorkom dat sales zombies zijn die vertwijfeld hun koffiebezoekjes afleggen.

Aanpassingen zijn nodig omdat het koopproces van toekomstige klanten anders is geworden. Door internet weten klanten al veel. Soms meer dan een sales. De rol van informatieoverdracht door sales wordt dan ook steeds minder. Klanten kunnen ook makkelijker veranderen van leverancier. Een goede relatie is niet langer voldoende om klanten te behouden. De tijd van “ff samen een bakkie doen” is voorbij. Er moet meer gebeuren.

Wat kan een sales nog doen als de telefoon niet langer geschikt is voor acquisitie, de klanten en toekomstige klanten eigenlijk alles al weten?

Marketing- en sales automation alleen zijn niet voldoende. Een goede sales is nog steeds belangrijk. Sales moet zich wel aanpassen. Aandachtspunten hierbij zijn:

- Nauwe samenwerking met marketing voor snelle en de juiste follow up van leads.
- Eigen acquisitie door opbouw van netwerken. Dit kan nog steeds via bezoeken van seminars, maar ook door inzet van nieuwe, digitale middelen. Een goed voorbeeld hiervan is LinkedIn Salesnavigator.
- Zorg dat bij een bezoek meerdere mensen van de toekomstige klant aanwezig zijn en geef deze mensen een leuke ervaring. Wat zou het betekenen als mensen door jou een leuke ervaring gezamenlijk hebben beleefd?
- Zorg tijdens het bezoek dat ook latente, nog niet onderkende behoeften van een klant worden geactiveerd. Op deze manier wordt je een trusted advisor in plaats van een offerte machine.



Wat zou het voor jou en je sales collega's betekenen om weer “happy campers” te zijn?

Sales is dood, leve sales!



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