

Vergroting Commerciële Slagkracht

U jaagt op meer resultaat en groei in uw klantrelatie-cyclus

Als u de enige verkoper van brandstof bent aan het begin van een lange weg door de jungle, heeft u weinig verkoopkracht nodig: Uw klanten komen vanzelf. Maar uw concurrenten ook. Zich enkel richten op het verslaan van uw concurrenten en/of sec het verbeteren van uw commerciële organisatie schept geen duurzaam resultaat. Voor het vergroten van uw commerciële slagkracht richt onze aandacht zich - naast de noodzakelijke efficiencyvergroting - op versterking van uw passie en scheppend vermogen.

Onze focus: klant co-creatie, product & passie, maatwerk, uw ROI

Business spirals ziet co-creatie, innovatie en echte passie als dé sleutelcomponenten van gezond en duurzaam commercieel opereren. Uw hele organisatie moet (weer) leren denken vanuit een klanttevredenheidsperspectief én leren verkopen vanuit de passie om de klant succesvol te maken.

Zakelijke dienstverleners, onderwijsdirecteuren, accountants, fabrikanten, fietsenmakers en onderzoekers hebben minimaal één ding gemeen: Er moet toegevoegde waarde verkocht worden! Omzet is alleen dán duurzaam te genereren als u structureel gepassioneerd blijft creëren en initiëren.

Gefaseerde aanpak met een op maat gesneden intensiteit

Elk commercieel project wordt gefaseerd uitgevoerd. De gewenste diepgang of intensiteit wordt in overleg bepaald en kan variëren van enkele dagen tot maanden.

Aanpak 1 - Orchestrator: analyse van uw scheppend vermogen

Vanuit het OPERA-model analyseren we op basis van het samenspel tussen afdelingen de gezondheid van uw organisatie. Zijn er protocols die ervoor zorgen dat productontwikkelaars gevoed en geïnspireerd worden door de mensen van sales? Hebben uw mensen de passie om werkelijk uw klanten te begrijpen en hun behoeften te verstaan? Zijn zij getraind om bij de klant pijnpunten te herkennen en oplossingen te co-creëren? Geven zij sturing aan uw ontwikkelaars?

Sparren ontwikkelaars, business managers en verkopers met elkaar?

Bezit u (nog) scheppende mensen - jong of oud - visionair, met helder analytisch inzicht en een reputatie van out of the box-denken? Kunnen uw creators, seekers & discoverers hun creaties en ideeën uiten en een viable vision ontwikkelen? Welke initiatiefremmende mechanismen werken tegen?

Ontstaan creaties en innovaties binnen een strakke strategische visie, of vloeien zij voort uit marktverwarring rond uw primaire competentie? Maakt u zich schuldig aan versnippering van uw aandacht en middelen, kostbare niet-renderende acquisities of heilloze prijscompetitie?

Organisaties zijn veelal intrinsiek integrator. Wij stimuleren verandering tot orchestrator: het met wijsheid kiezen van de meest optimale ontwikkel- en implementatie methode en bijpassende marketing- en sales strategie.

Aanpak 2 - Business Intelligence Scan

Wij identificeren en meten (on)belangrijke en (niet-)effectieve marketing-, sales-, ICT-, proces- en HRM-performance componenten. Door sleutelspelers in uw organisatie te interviewen over deze componenten, brengen wij hun percepties over de effectiviteit en het belang van deze componenten in kaart. Vervolgens vergelijken we deze percepties met de benchmark voor uw bedrijfstak.

Met gebruikmaking van een operationeel-management-matrix maken wij glashelder welke componenten in welke volgorde moeten worden verbeterd om beter en sneller op de markt te kunnen reageren.

CO-CREATORS

Aanpak 3 - Analyse van de klantrelatie-cyclus

We onderscheiden vijf fasen. OPERA speelt hierbij een sterk verdiepende rol.

Value innovation c.q. productontwikkeling - Zie aanpak 1.

Targeting & Marketing - Business Intelligence Scan (zie aanpak 2); segmentatie; behavior modelling; targeten & scoren; campagnemanagement; prijsstrategieën; promotiestrategie; winst/verliesanalyse.

Voorbeeld bij segmentatie: Worden uw topmensen ingezet als task manager voor uw beste klanten (= conventioneel/reactief) óf ontwikkelen zij uw meest veelbelovende klanten (= scheppend/initiërend)?

Sales Account Management - Sales forecasting; lead management; bid and quote-management; pipeline-management; cross-selling; personalisatie; ordermanagement.

Superieure klantervaringen - Presale experience; fulfilment; interaction management and support; queue management and escalation.

Behoud en terugwinnen van klanten - Share-of-wallet-analysis; loyalty-programma management; behoudmanagement; terugwincampagnes; co-makship; Customer Knowledge Scan (zie aanpak 2).

Aanpak 4 - Versterking van de zwakste schakels

Onder andere met behulp van onderdelen van aanpak 1 t/m 3 - sales maturity en kritische performance-indicatoren (uniek per branche) - versterken we de zwakste schakels in uw klantrelatie-cyclus. OPERA vergroot hierbij de duurzaamheid van de organische vitaliteit.

Toolboxcategorieën:

Cursussen creatie/relatie-dynamics (via onze dochter EIMD), gericht op het vergroten van het scheppend vermogen binnen uw team; brand building; customer equity building; customer facing operations; leading indicator measurement; sales strategie en -organisatie; frontlinie-training van uw sales-mensen; workflow en key performance indicators; sales roadmap en de HRM scorecard; best practices in uw sector en in andere landen; projectmanagement en uw quick wins, kostenbesparingen en omzetgroei; competentie-, capaciteit-, kennis- en performance management; sales vaardigheden en -gedrag.

Aanpak 5 - Diepgaande marketing & sales performance transformaties

Getalenteerde co-creators worden - intern of indien noodzakelijk extern - geselecteerd en ingezet op verschillende gefocuste trajecten: Productinnovatie, reactivering en co-creatie van nieuwe producten/diensten; verbetering van de interface tussen externe en interne sales processen; ontwikkeling van succesvolle klantloyaliteitsprogramma's; innovatie van account & opportunity planning en -management; implementatie of optimalisatie van competentie management.

Uw resultaat op de korte termijn:

De ervaring leert dat gestructureerde revitalisering van de zwakste schakel binnen uw klantrelatie-cyclus een ROI oplevert van 1 tot 4,5% in het eerste jaar. De OPERA-verrijking van Business Spirals verhoogt dit percentage en verdiept de duurzaamheid.

Uw resultaat op de langere termijn:

Wij zien co-creatie, innovatie en echte passie als dé sleutelcomponenten van gezond en duurzaam commercieel opereren. Indien wij gezamenlijk uw scheppend vermogen aanpakken en tot leven brengen, zet u de deur open naar duurzame competitive performance en *double digit* ROI.

Gooische kaai 1a 1141 TV Monnickendam
Tel +31 (0)299 405 890 Fax +31 (0)299 652 375 www.BusinessSpirals.com

CO-CREATORS