

Het 'Agile' verkoopproces

Verkopen benaderen als
projectmanagement

Dienstverleners halen bij minder dan de helft van hun verkoopinspanningen de deal binnen.



Deal Breakers

1. Teveel inhoud- en oplossingsgericht i.p.v. procesgericht.
2. Onduidelijk hoe het besluitvormingsproces is geregeld.
3. Onvoldoende bekend met de dynamiek van de beïnvloeders.
4. Budget perceptie onvoldoende boven water kunnen halen.
5. Een paradoxale wending bij de klant niet zien aankomen.



Onvoldoende de
waarde van de
propositie kunnen
aantonen.

Veranderende Sales Omgeving

- Rigide inkoopprocessen
- Aanbod wordt steeds meer gezien als commodity
- Knowledge gap bij de klant
- Complexe besluitvormingsprocessen
- Onbekende of onbenaderbare besluitvormers
- Waardecomplexiteit, hoge afbreukrisico's

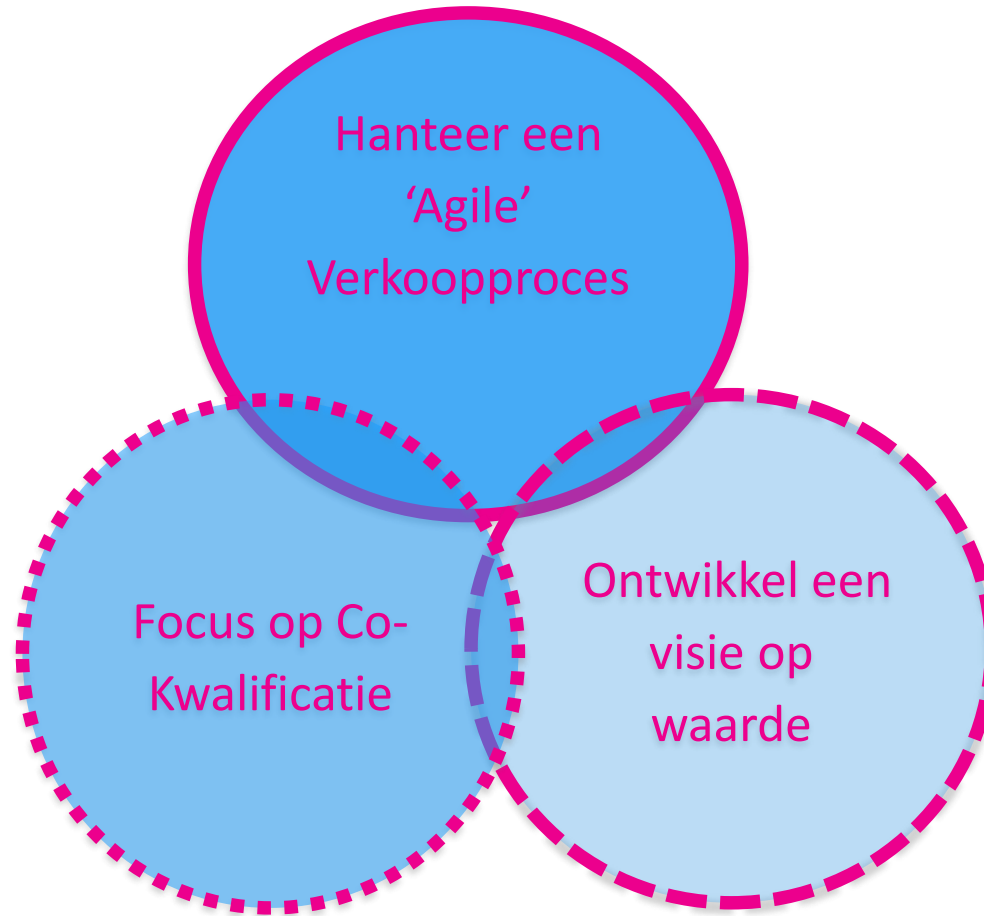
Traditionele Sales Approach

- Oplossingsgerichte benadering
- I make you smart for free
- Inhoud- en offertegerichte focus
- U vraagt en wij draaien
- Single Level Selling



Wij worden continue uitgedaagd, een steeds betere Sales-Performance te ontwikkelen

Visie op Sales Leadership



'Agile' verkoopproces benadering

Een door het commerciële team
geregisseerde stappenaanpak,
om de waarde van de propositie, op een
effectieve manier aan te tonen.

'Agile' Co-kwalificatie

Samen en met commitment van de klant in
transparante stappen uitvoeren.

Voorafgaand aan de definitieve offerte.

Doel

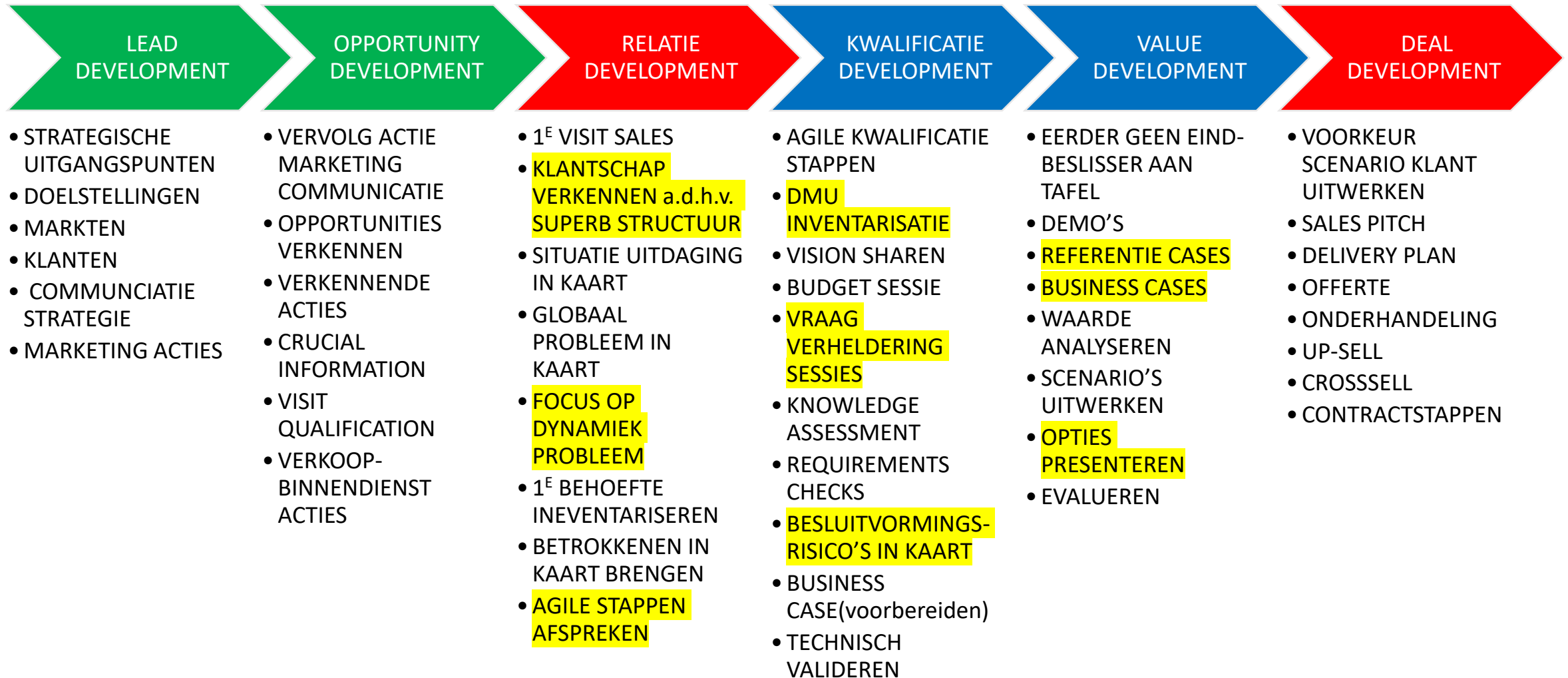
De requirements van de klant beter te evalueren.

Daardoor sluit de waarde van de oplossing beter aan bij wat de klant écht nodig heeft.

Traditioneel inkoop proces



'Agile' Verkoop proces



Agile Verkoopproces implementeren

1. Uitgangspunten van Agile aanpak zijn leidend
2. Wat is het ideale klantenprofiel?
3. Welke 'Crucial Information' om het proces te kunnen beïnvloeden?
4. Welke Agile stappen moeten gezet worden?

Agile Verkoopproces implementeren

5. Hoe zijn die stappen uitgewerkt?

- wat zijn de doelen
- wat zijn de deliverables

6. Wat zijn de taken en rollen van sales en consulting?

7. Op welke manier organiseren wij de 'deal-evaluaties'?

Voordeel

1. Transparante verkoopstrategie
2. Snel inzicht in kansrijke opportunity's
3. Impuls voor effectief samenwerken
4. Hogere hit-rate



Het gaat niet om
gunning.

Het gaat om regie
voeren!



Kom in de
regie van het
gesprek

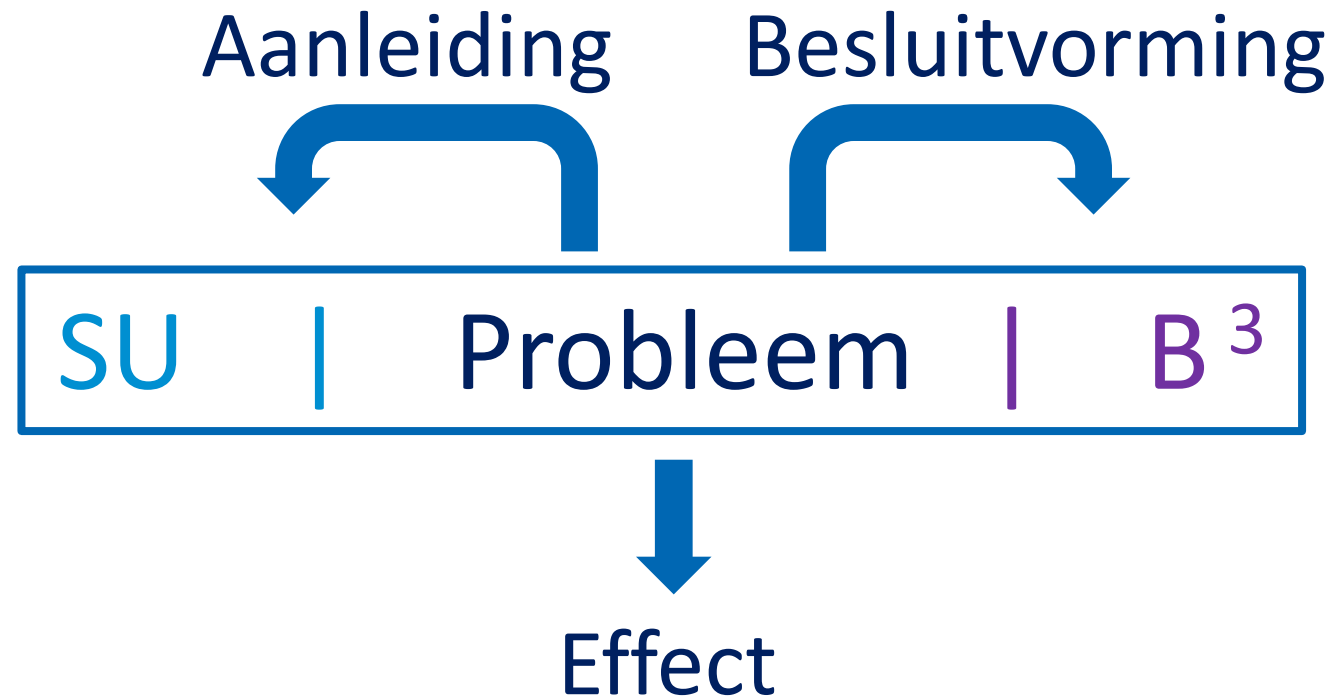
SU | PER² | B³

- Situatie
- Uitdaging
- Probleem
- Effect van het probleem
- Resultaat van de oplossing. Risico verkeerde oplossing
- Besluitvorming. Besluitvormers. Budgetallocatie



Kom in de regie
van het proces

Niet het probleem is belangrijk maar het effect van het probleem



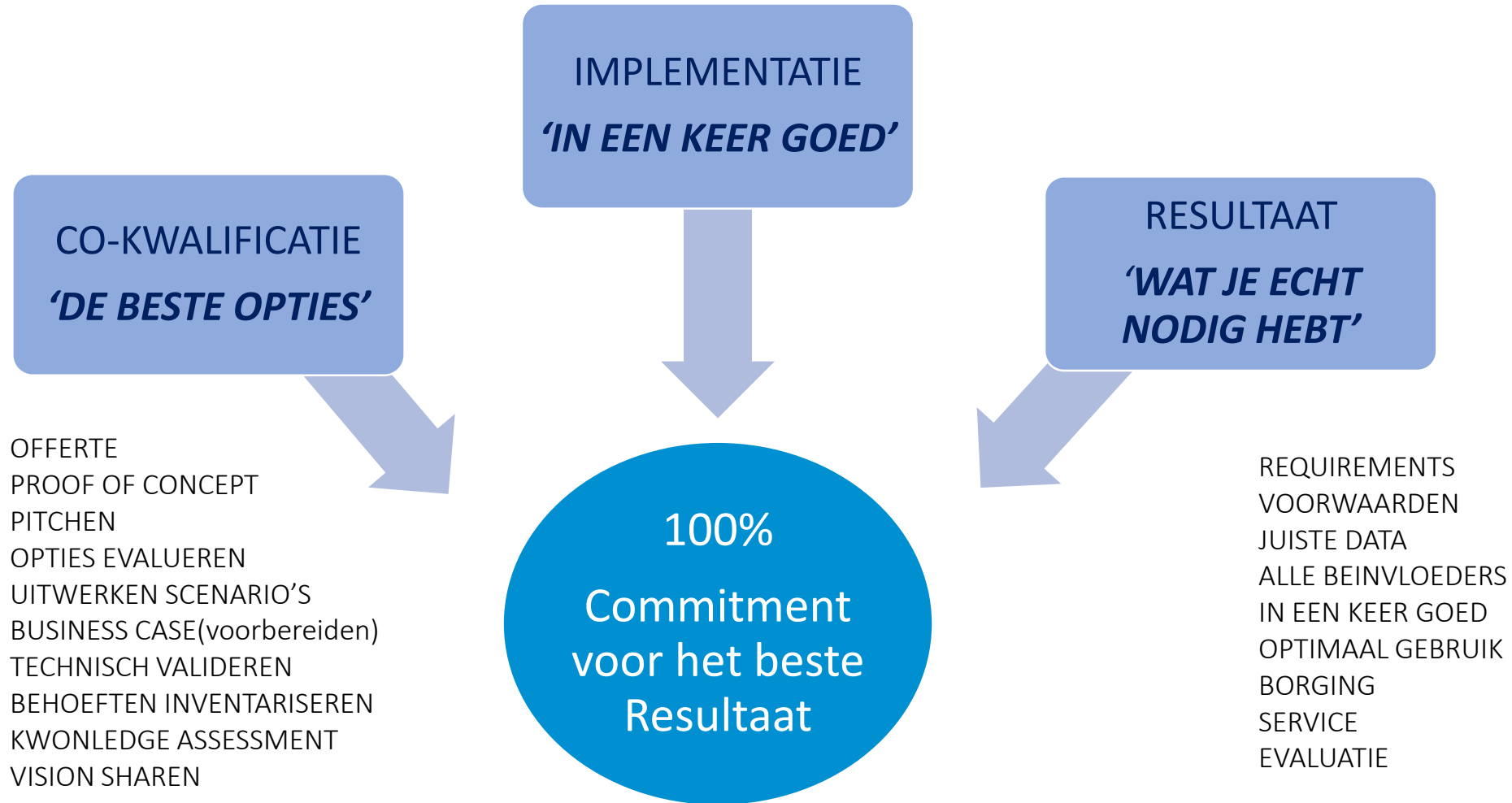


Breng alle
relevante
beïnvloeders
in kaart

Presenteer een
goede visie op het
oplossen van het
probleem en de
waarde van de
investering



'Niet wat de klant vraagt, maar wat de klant nodig heeft'





Hou je baby in
je tas



Wees nieuwsgierig
naar wat de klant
beweegt

Voorwaarde

- De juiste vaardigheid inzetten op het juiste moment, is belangrijker dan 'goed je standaard kunstje doen'.
- De onderstroom, het menselijke aspect in de communicatie, wordt belangrijker dan de technische aanpak in de bovenstroom.

*Niet wat de
klant vraagt
maar wat hij
echt nodig
heeft!*



Beerschoot & Simons

Wij denken er verrassend anders over!

CONSULTATIVE SELLING