

Globalna raziskava razkriva skrivnosti prodajne odličnosti

Mercuri International, največje svetovalno podjetje na področju prodajne uspešnosti v svetovnem merilu, je objavilo ugotovitve najnovejše globalne raziskave - Prodajna odličnost 2017. Raziskava osvetljuje prodajne prakse, po katerih se odlikujejo najuspešnejša podjetja in ponuja napotke, kaj pravzaprav sploh stoji v ozadju prodajne odličnosti ne glede na panogo, velikost podjetja ali ekonomsko situacijo, in to na način, ki vam lahko pomaga pri doseganju podobnih uspehov.

Raziskava je potekala več kot pol leta, v njej je sodelovalo 926 anketirancev iz 20 držav, ti pa so predstavljali stališča in izkušnje več kot 500-ih podjetji iz 13 različnih panog. To je že četrta analiza te vrste, ki jo je opravilo podjetje Mercuri International, predhodna je bila objavljena leta 2012. Frank Herbertz, CEO v podjetju Mercuri International, je izrazil prepričanje, da bodo podjetniki s pomočjo te študije odkrili nekatere neprecenljive skrivnosti prodajne odličnosti, ki jih velja uresničiti v praksi.

V nadaljevanju navajamo zgolj bežen pregled ključnih ugotovitev najnovejše raziskave:

• Strateški poudarek na prodaji

Najuspešnejša podjetja uspehe utemeljujejo na strateški vrednosti prodaje. V svoje podjetniške strategije eksplicitno vključujejo prodajne elemente. Jasno določene in pisno zabeležene prodajne strategije pripomorejo h konsistentni komunikaciji, zato ta podjetja dajejo prednost multifunkcijskemu pristopu med prodajno ekipo in drugimi ekipami ter posledično lahko potrebe in zahteve strank obravnavajo bolj celostno.

• Pametna raba tehnologij

Najuspešnejša podjetja uporabljajo dobro opremljeno in posodobljeno managersko orodje za vzdrževanje odnosov s kupci in ubirajo na stranke osredinjene pristope. Poleg tega za razvoj svojih prodajnih ekip kombinirajo dejanske treninške "v učilnicah" z možnostmi e-učenja.

• Usmerjenost na prodajne postopke

Ena glavnih skrbi najuspešnejših podjetij je skrbno pripravljen načrt za vodenje kupcev – za vsako stranko posebej. Velik poudarek polagajo v kar se da brezhibno izvajanje prodaje, zato beležijo posamezne prodajne postopke, podprte z ustreznimi treninškimi moduli, kontrolnimi seznammi in orodji.

• Razvita prodajna kultura

Raziskava kaže, da funkcija prodaje v najuspešnejših podjetjih uživa velik ugled. Impliciten občutek ponosa, ki iz tega izhaja, je lahko že sam po sebi dovolj močno gonilo uspeha za prodajno ekipo.

• 3-je objektivni: Prodajna odličnost od blizu

Poleg široke slike, ki jo ponuja pogled skozi globalni objektiv, študija uporablja še tri dodatna povečevala, skozi katera si lahko ogledamo dejavnike prodajne odličnosti, in sicer položaj anketiranca v podjetju, velikost prodajne organizacije in naravo posameznih panog.

Frank Herbertz k rezultatom raziskave dodaja: "Zelo me veseli, da se je udeležba izvršnih direktorjev v tokratni raziskavi podvojila v primerjavi z zadnjo iz leta 2012. Podobno je z udeležbo večjih podjetij, katerih prodajne ekipe štejejo več kot 100 članov. To pripomore k uravnoteženemu in poglobljenemu pogledu, ki je lahko za vodilne kadre zelo dragocen in jim lahko pomaga pri načrtovanju prodajnih strategij, postopkov in dejavnosti še leta vnaprej."

Predstavili smo res najbolj pomembne ugotovitve globalne raziskave o prodajni odličnosti. Če bi želeli dodatne informacije oziroma jo podrobneje prebrati, obiščite www.mercuri-int.si.

DAVOR FABČIČ, DIREKTOR MERCURI INTERNATIONAL SLOVENIJA