

Mercuri International Sales Excellence Study 2012

Pričujoča bela knjiga predstavlja različne posamične ugotovitve iz študije Prodajna odličnost 2012, ki jo je opravilo podjetje Mercuri International.

najboljšim prodajalcem omogočeno, da del prodajnih zadolžitev delegirajo in ne predstavljajo več edinega stika s stranko.

O raziskavi

Globalna raziskava Prodajna odličnost 2012 podjetja Mercuri International prikazuje, kako najuspešnejša podjetja izboljšujejo svoje prodajne rezultate. Raziskava temelji na intervjujih s 1150-imi vodji prodaje iz 23 držav in 15 različnih panog. Poročilo, pripravljeno v juliju in avgustu 2012, je že drugo poročilo te vrste. Prvo je bilo objavljeno leta 2006.

Če upoštevamo vidik timske prodaje in aktiviranje vseh prodajnih zmožnosti v podjetju, raziskava jasno nakazuje, da podjetja lahko dosežejo pozicijo partnerja dodane vrednosti na trgu le s tovrstnim pristopom.

➤ Procesna naravnost v prodaji

70% najuspešnejših podjetij ima podrobno razdelane prodajne procese in prodajno organiziranost.

➤ Prodaja zahteva timsko delo

Poročilo kaže, kako je od raziskave leta 2006 "timska prodaja" postala eden ključnih dejavnikov uspeha podjetij. Raziskava je identificirala tri kategorije uspešnosti poslovanja podjetij - najuspešnejša, povprečna in podpovprečno uspešna podjetja.

Eden od pomembnih dejavnikov uspešnosti podjetij je tudi sposobnost podjetij, delovati prodajno fleksibilno in delegirati ključne zadolžitve znotraj podjetja. Pri tem imajo najuspešnejša podjetja dvakrat večjo možnost uspeha, saj so sposobna aktivirati obe vrsti prodajnih virov, tako notranje kot zunanje in jih usmeriti k strankam.

Dandanes je za prodajne ekipe bistveno, da v sodelovanju z drugimi oddelki podjetja vložijo vse vire in napore v svoje stranke. Po podatkih raziskave imajo uspešnejša podjetja v primerjavi z manj uspešnimi dvakrat več možnosti, da bodo dosegla ta cilj. Eno ključnih spoznanj je namreč, da mora biti

Medtem, ko je v proizvodnji in managementu procesno orientirano delovanje prisotno že dlje časa, raziskava kaže, da tudi sama prodaja postaja vedno bolj sistematična.

Več kot 70% uspešnih podjetij je do potankosti definiralo svoje prodajne procese, ki vključujejo ključne kazalnike uspešnosti, opredeljujejo prodajne zahteve in tistim, ki prodajni proces izvajajo ponujajo tudi prilagojene treniške module za posamezne stopnje prodajnega procesa.

Uspešna podjetja uspešno vpeljujejo strukturirane in sledljive sisteme "toka dela" (implementacija procesa in njegovega merjenja). Enako ravna le 30% manj uspešnih podjetij.

➤ Učenje, učenje, učenje

Nadaljnja analiza podatkov kaže, da za doseganje boljših rezultatov ni več dovolj zgolj običajen dvodnevni prodajni trening. Najuspešnejša podjetja -

54 odstotkov najuspešnejših podjetij, v primerjavi s samo 19 odstotki tistih najmanj uspešnih, – so razvila celovite, posamezniku prilagojene načine in smeri učenja, ki zaposlenim pomagajo razviti lasten niz spretnosti, s pomočjo najrazličnejših metodologij in pristopov in v daljših časovnih obdobjih. Poleg tega omenjena podjetja sistematično spremljajo razvoj teh spretnosti.

54% najuspešnejših podjetij ima implementirane celovite in prilagojene učne poti.

➤ Prisluhnite strankam

Poročilo osvetljuje, da je skrbno spremljanje mnenja strank izjemnega pomena, saj kar 76 odstotkov uspešnih podjetij izvaja uradne letne raziskave mnenj kupcev. Pri manj uspešnih podjetjih je ta delež le 40 odstoten.

Izvajanje raziskav mnenj kupcev podjetjem omogoča, da lažje prilagajajo ali spreminjajo svoje tržne strategije, načrtajo dolgoročne razvojne programe in sledijo tržnim trendom ter konkurenčni poziciji svojega podjetja.

➤ Več o študiji

V raziskavi smo respondente vprašali, do kolikšne mere se na lestvici od 1 do 7 strinjajo ali ne strinjajo z različnimi trditvami o različnih temah. Odgovore najuspešnejših podjetij smo nato primerjali z odgovori manj uspešnih. Največje razlike v odgovorih smo opazili ravno na področjih 10-ih najpomembnejših vzvodov prodajne odličnosti.

10 najpomembnejših vzvodov prodajne odličnosti



Graf: zgornja vzvoda – strinjaje s posamezno trditvijo
n=1.150

Copyright © Mercuri International



Poročilo prikaže izsledke številnih področij delovanja podjetij, vključno z organizacijsko kulturo, izvajanjem prodajnega managementa, prav tako pa pokaže, kako in do kolike mere so organizirani prodajni procesi.

V raziskavo so bila vključena podjetja iz različnih panog, kot so bančništvo in finančne storitve, kemična industrija, farmacija in zdravstvo, potrošne dobrine, inženiring, proizvodnja, mediji in založništvo, visokotehnološka podjetja, telekomunikacije, programska oprema, transport in logistika, storitvene dejavnosti...

“Raziskava jasno pokaže, kaj je potrebno storiti, da bi izboljšali prodajne rezultate, povečali svoj tržni delež in si zagotovili mesto v samem vrhu svoje panoge.”

Ola Strömberg, CEO Mercuri International

Za več informacij o poročilu in izsledkih globalne raziskave, nam pišite na info@mercuri-int.si.