

VPOGLED V IZVAJANJE HIBRIDNE
PRODAJE V PODJETJIH

KAKO SE PODJETJA DEJANSKO SOOČAJO S
PREHODOM NA **HIBRIDNO PRODAJO**?

Na podlagi celovite študije več kot 800 podjetij iz držav Beneluksa, Finske, Francije, Italije, Švedske, Združenega kraljestva in Nemčije smo oblikovali zanimivo sliko sprememb v panogah.

Vodstva podjetij že dolgo izražajo dvome o smiselnosti in namenu številnih obiskov "v živo" pri strankah, zdaj pa obstajajo tudi konkretne, izvedljive rešitve, ki prinašajo dejanske rezultate.

820

podjetij je sodelovalo v tej raziskavi

44%

manj obiskov "v živo" v 2021 v primerjavi z letom 2019

137%

povečanje števila spletnih obiskov

103%

je delež, za katerega je bil presežen prodajni cilj v istem obdobju

24%

povečanje skupnega števila obiskov, ki ga je omogočila kombinacija obiskov "v živo" in prek spleta

36%

vprašanih meni, da so veččine, kot je prodaja na daljavo (pri zaposlovanju), ključne za uspeh

19%

prodajalcev je na leto prevozilo več kot 40.000 km, kar pomeni 40 delovnih dni manj

34%

podjetij je ločeno vodilo in načrtovalo obiske "v živo" in prek spleta

79%

podjetij še vedno nima opredeljenih specifikacij (kot sta število ali kakovost) za spremljanje spletnih obiskov

35%

obiskov "v živo" je mogoče nadomestiti s spletnimi sestanki brez občutne izgube kakovosti

Prihodnost prodaje je očitno hibridna, saj je učinek spletnih obiskov na prodajne zmogljivosti štirikrat večji. Vrnitev k tradicionalnemu prodajnemu modelu ni več mogoča, pri čemer bo učinkovito upravljanje prehoda k novim modelom ključnega pomena za prihodnji poslovni uspeh.



Mercuri International vsako leto podjetjem v več kot 50 državah pomaga pri doseganju prodajne odličnosti. Strankam služimo s prilagojenimi rešitvami in strokovnim poznavanjem panoge tako na lokalnem kot tudi na globalnem nivoju. Donosnost vašega posla povečujemo z razvojem ljudi, orodij in procesov, ki omogočajo reševanje vseh prodajnih izzivov.