



Utveckling för B2B försäljning

Utveckling för B2B försäljning

- Ökande tidspress hos kunderna
- Man kommer in senare i kundens köpprocess, de söker information på nätet
- Digital kommunikation, inkommande och utgående
- Kunder vill ha rådgivning, ej säljdialog
- Upphandlingar via inköpsavdelningen ökar, behöver påverkas innan upphandlingen

Kundtyper



Utveckling för B2B försäljning

- Produkter och tjänster förenklas/paketeras för att effektivisera köpprocessen
 - ↳ Volymdriven lågmarginal försäljning via hemsidan, innesäljare och säljare
 - ↳ Hög aktivitetsnivå
- Tjänsteutbud breddas och teknikutveckling en gör erbjudandet mer komplext, lösningar
 - ↳ Komplex försäljning via ämnesexperter
 - ↳ Hög hitrate och stor snittorder
- Volymdriven och komplex försäljning går inte att kombinera

Utveckling för B2B försäljning

- Ämnesexperter som säljare = ingen proaktiv kundbearbetning, för få affärer
- Renodlade säljare som säljer komplexa tjänster = låg hitrate och liten snittorder
- Säljorganisationerna blir mindre, färre säljare
- Merförsäljningspotentialen på befintliga kunder nyttjas inte

Framgångsfaktorer i B2B försäljning

- Definiera styrkor och svagheter i ert erbjudande relativt konkurrensen
- Definiera rätt kunder och bearbeta endast dem
- Sälj inte skräddarsydda helhetslösningar till nya kunder, paketera instegsaffärer
- Om en kund kontaktar er, proaktiv och större medvetet behov, så går det att göra större affärer
- Chefer, konsulter och tekniker som har kompetens att utveckla kunder

Framgångsfaktorer i B2B försäljning

- Använd tekniken, sökmotoroptimering, ring hemsidesbesökare, webbmöten, LinkedIn, blogg, whitepaper och YouTube
- Definiera olika processer och säljprofiler för volymdriven och lösningsdriven försäljning
- Säljprofil lik kundprofil. Tekniker till tekniker, affärsman till affärsman
- Kundlojalitet är subjektivt, det man själv gör gillar man, låt kunden vara skapande i köp- och leveransprocessen. Lex IKEA och hemmabyggen

Framgångsfaktorer i B2B försäljning

- Aktivitetsnivå x hitrate x snittorder = X kr i försäljning
- Mål + personlig utveckling = roligt och lönsamt
- Innan ni anställer fler säljare - räkna på att utveckla de ni har

Om Bisevo

- Grundades 2011
- Konsulter med erfarenheter som VD, försäljningschef, utbildare
- Utbildar i försäljning och ledarskap
- Gamification för att motivera och förstärka positiva beteenden



**Bisevo Business
Evolution AB**

Org.nr 556864-7357
God kreditvärdighet
sedan 2014

© Bisnode 02 apr 2017



Våra utbildningar

Öppna kurser

- Ny som chef
- Försäljning för B2B säljare
- Presentationsteknik
- Förhandlingsteknik
- Verksamhetsutveckling för lönsamhet
- Mötesbokning

Företagsanpassad utbildning

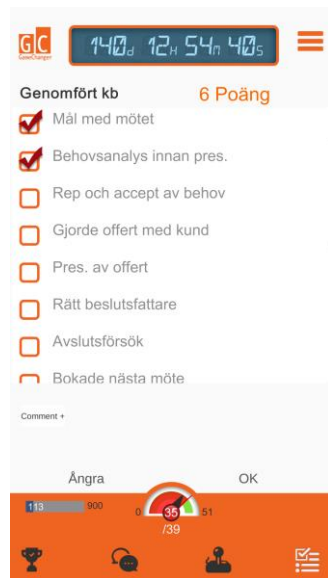
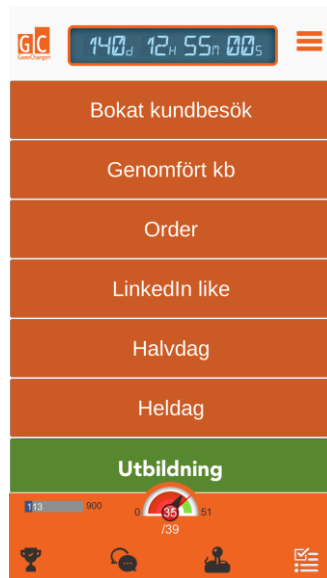
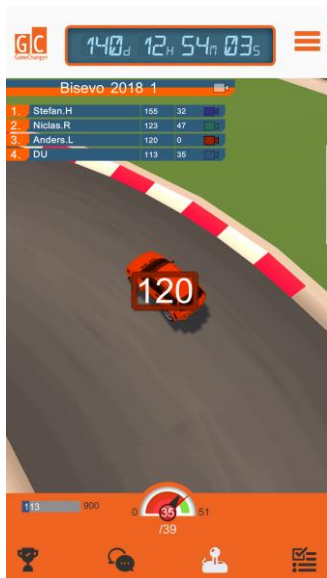
- Ledarskap
 - Ledarskapsutbildning
 - Affärsekonomi
 - Affärsmannaskapsutbildning för chefer
- Försäljning
 - Säljutbildning B2B säljare
 - Säljutbildning bilförsäljare
 - Säljutbildning fastighetsmäklare
 - Säljutbildning kundservice
 - Förhandlingsteknik
 - Mötesbokning
- Föreläsningar
- Coaching

Fördelar med Bisevos utbildningar

- **Individuella coachmöten**
- **Utbildningsdagarna sprids** ut så kursdeltagarna får tid för reflektion
- **E-learning** i GameChanger appen som alltid är tillgänglig för repetition
- **Gamification** – Vi använder vår metod och app GameChanger för att förstärka positiva beteenden

Gamification + utbildning = beteendeförändring

Vår app GameChanger gör inlärnigen enklare och roligare. Den fungerar som en träningsapp men för aktiviteter i yrkesrollen. Vi väljer några nyckelbeteenden som blir ert företagsanpassade spel och utvecklingsplan. Varje medarbetare ser sin personliga utveckling och företaget ser hur det påverkar t ex resultatet.



- ✓ Engagerar medarbetare
- ✓ Förändrar beteenden
- ✓ Skapar resultat