

Salesproces

1. Communiceren

Logischerwijs begint het hele salesproces met het genereren van kansen. Dit kan op diverse manieren en het is raadzaam je communicatiestrategie te evalueren en aan te passen. Dit doe je ne zo lang tot je een mix hebt gevonden waarin er een balans is tussen inspanning en resultaat.

2. Onderzoeken

Op het moment dat je leads gaat genereren ga je de lead onderzoeken. Ook hier zijn verschillende manieren voor, maar het doel is om te beoordelen hoeveel tijd je in de prospect moet steken. Hiervoor stel je criteria op zodat je dit eenvoudig kunt beoordelen en gestructureerd informatie verzamelt.

3. Verwachtingen

Op het moment dat er contact met een prospect gelegd is, is het cruciaal om de wederzijdse verwachtingen goed te managen. Dit geldt voor zowel prospects waar concrete business is, maar ook daar waar op langere termijn potentie in zit. Door concreet hierin te zijn, creëer je binding en een goede kans op een (toekomstige) deal.

4. Van lead naar deal

Op enig moment wordt, formeel of informeel, uitgesproken dat de verwachtingen overeenkomen en de samenwerking kan starten. Oftewel; de deal is gesloten!

Dit proces kan erg kort zijn, maar ook een moeizame lange procedure.

5. Van deal naar business

Zodra de samenwerking is begonnen, kan het spel beginnen! De eerste opdracht is cruciaal en bepaalt vaak of je een klant voor langere tijd hebt of dat het een eenmalige opdracht is.

Begin klein en eindig groot is het advies. Zodra de samenwerking start, heb je toegang tot meer informatie. Ga hier goed mee om en je zult je omzet per klant verhogen.