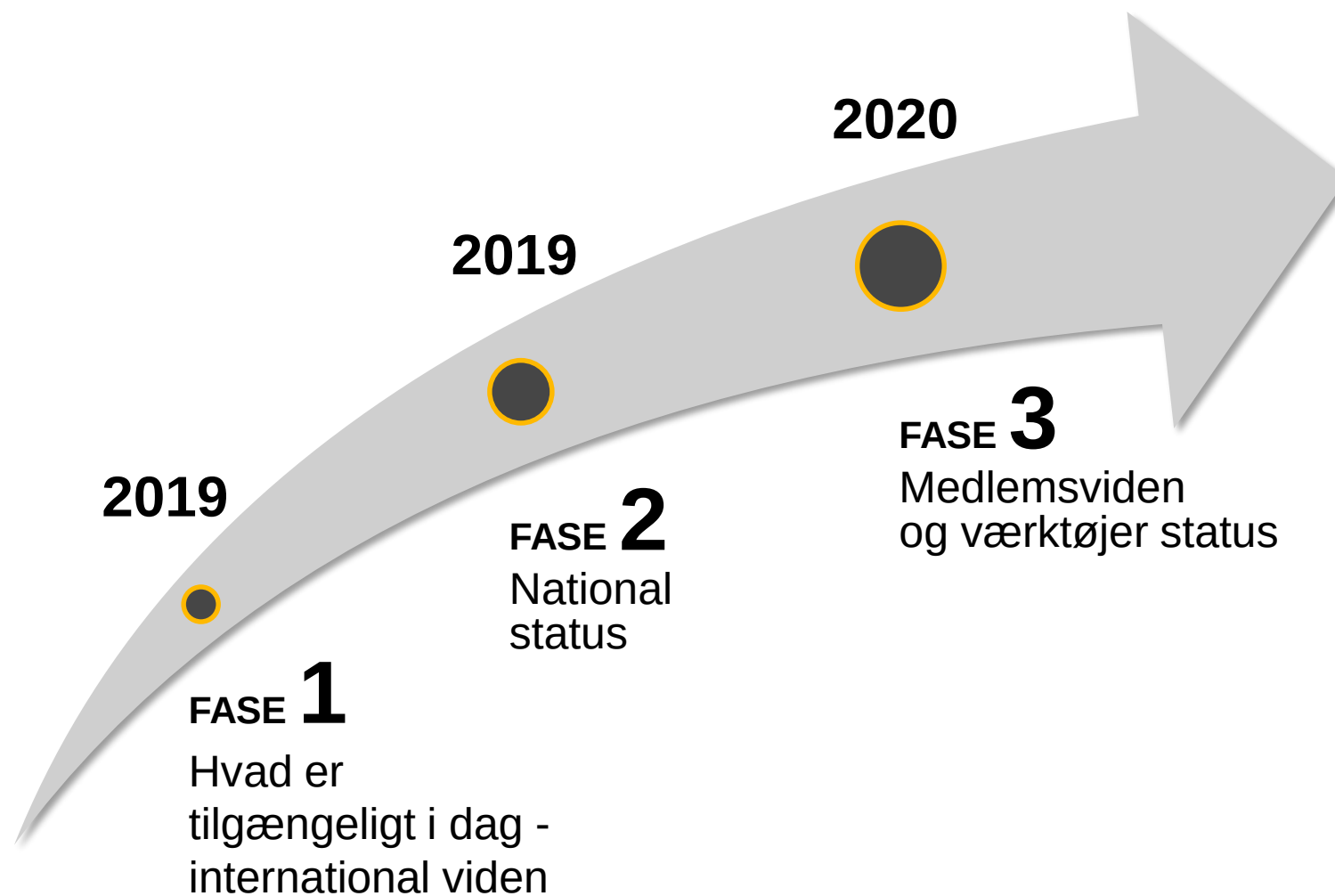




morgendagens
salg

Danmarks største salgsanalyse
- På sporet af vækst!

De tre faser 2019 - 2020

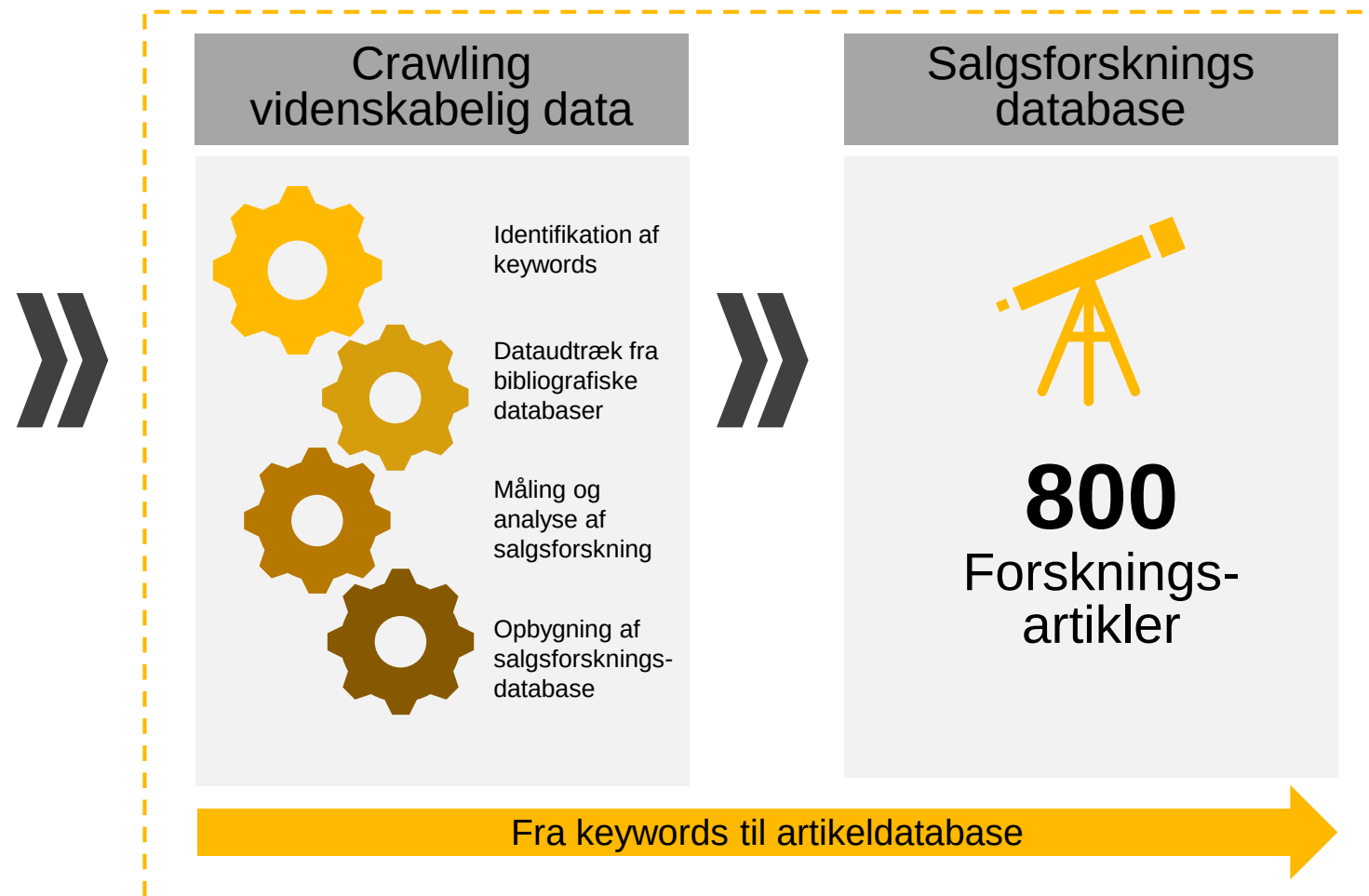


Bibliometrisk foranalyse

Scientometrics

Hvordan sikrer vi, at vi får afdækket alt relevant forskning indenfor salg?

Hvordan undersøger vi relative nye fænomener indenfor salg over de sidste par år – på en måde der tager højde for relevans og relationer?



10 Test Audit Virksomheder



Der forskes **10** gange
mindre i salg end i
marketing...



Salgets udfordringer

”Salgets udfordringer” er projektets vej ind i at skabe praktisk relevans.

Tilgangen er at tage udgangspunkt i salgets udfordringer og derved skabe genkendelige udfordringer.



16 "Salgets udfordringer" identificeret

- 4 eksempler der har fået stor tilslutning...

1

Mange virksomheder er gået i stå med at udvikle den værdi salget kan og bør skabe for kunderne – at tydeliggøre forskellen og skabe bevidst tilfredse kunder

3

Koordineringen mellem salg og marketing er utilstrækkelig og man arbejder sjældent med fælles mål

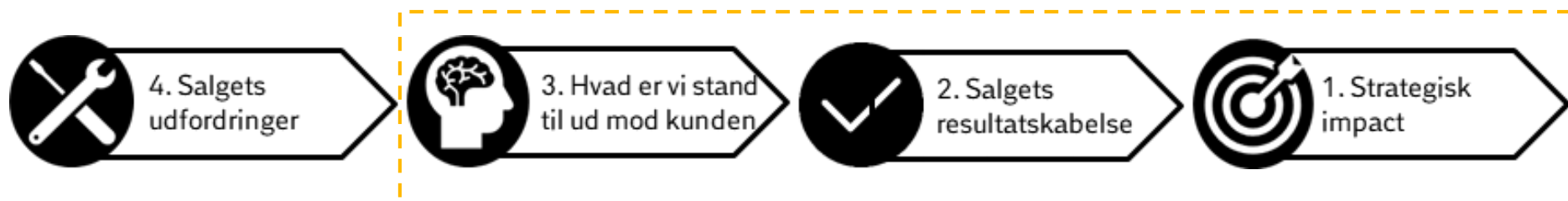
2

Der mangler en gennemgående professionalisering af salget på samme måde som det er sket i andre funktioner

4

Salget er for dårlig til at udnytte teknologi som værktøj til skabe værdi og realisere salgsmål

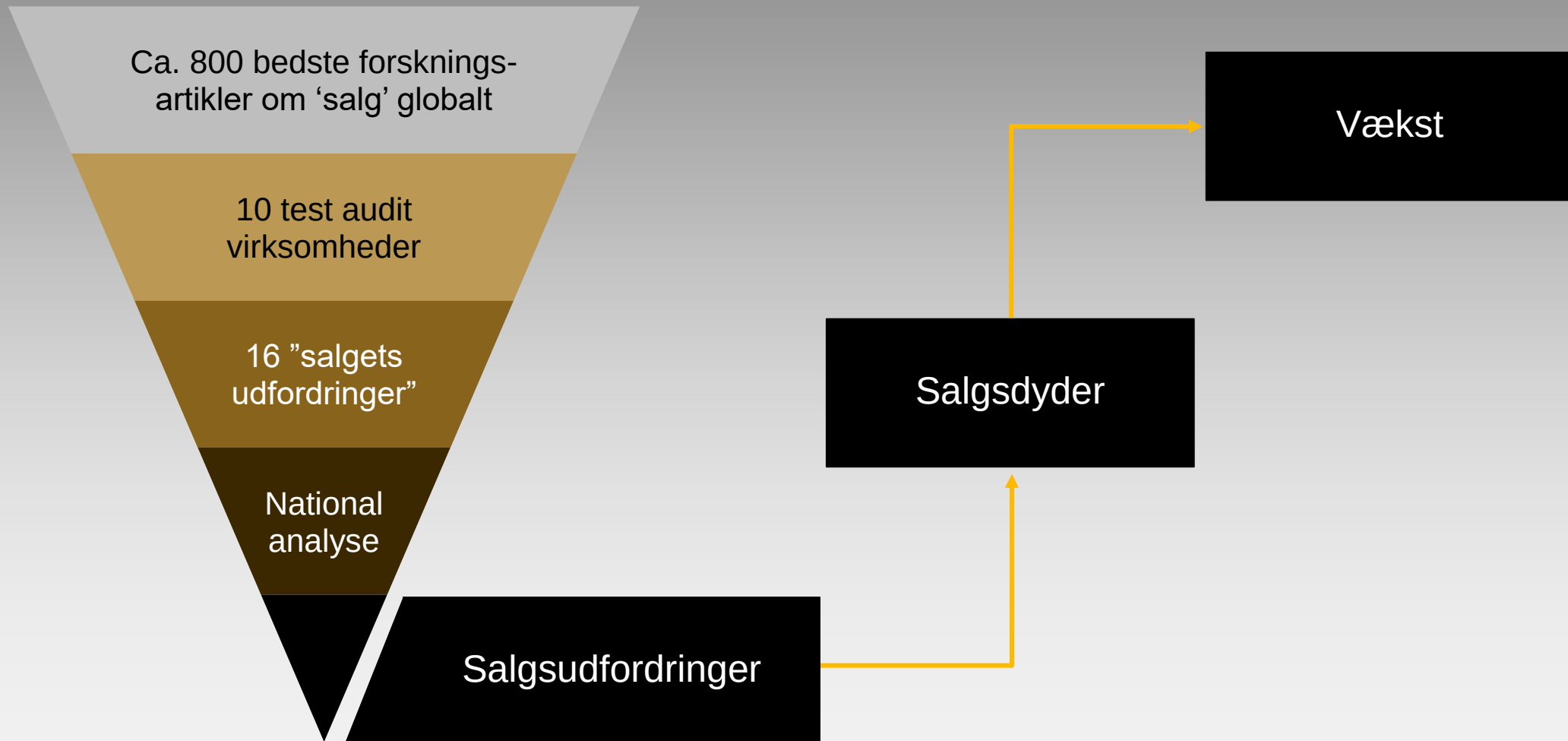
Salgets udfordringer koblet til gevinster i national analyse...



↑
Salgspraksis =
Det vi kan
forandre

↑
Det vi ønsker at
opnå

Hele vejen rundt om salget



1.008 svar i national analyse...

Metodisk tilgang

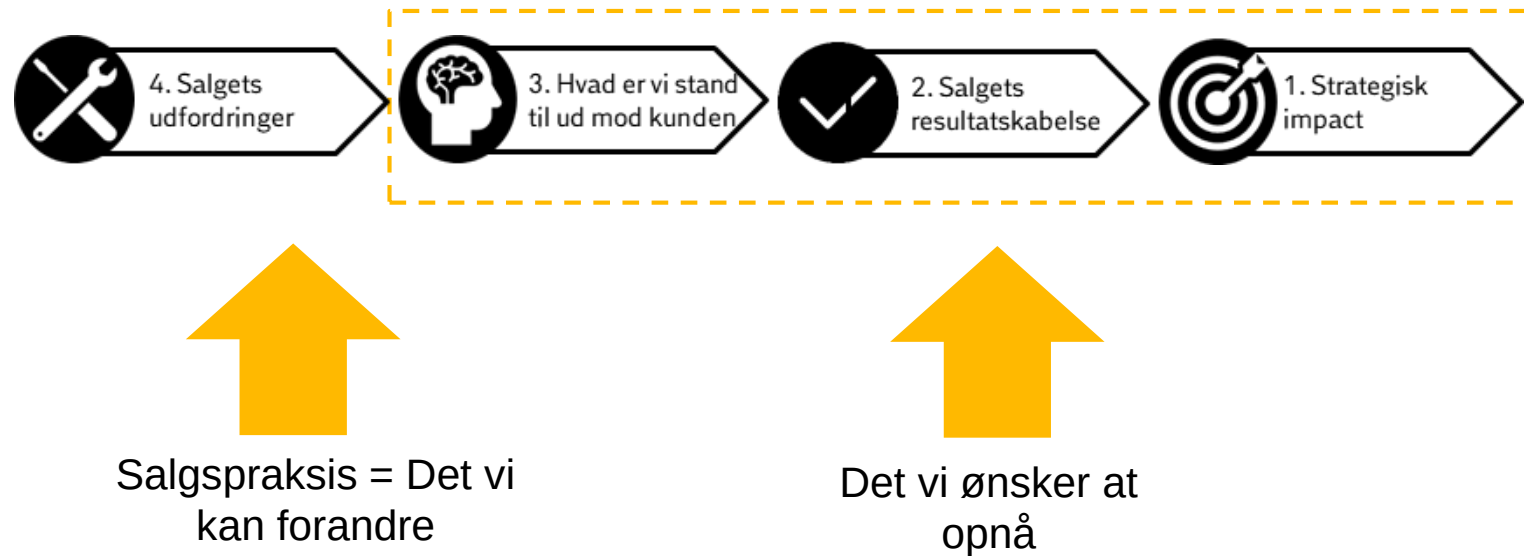
67 spørgsmål om salgspraksis der
afspejler salgets udfordringer



Identificeret SYV vigtigste udfordringer
og salgsdyder...



...som har størst effekt på salgets
resultatskabelse og strategisk impact

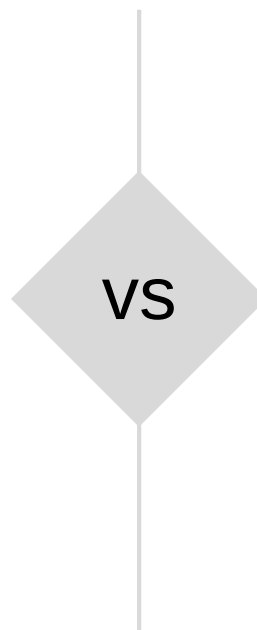


Metodisk tilgang: "Stærk-" og "Svag" salgspraksis

Stærk salgspraksis



De 20% virksomheder der
scorer højest på de SYV
salgsdyder



Svag salgspraksis



De 20% virksomheder der
scorer lavest på de SYV
salgsdyder

De salgsudfordringer og salgsdyder knytter sig til tre niveauer af forandringer...



Ledelse af salget



Sælgere



Salgets
ressourceudnyttelse

Salgsdyder for ledelse af salget



Ledelse af salget



Sælgere



Salgets ressourceudnyttelse

- 1** Vi er så kundeorienterede, at alle vores kunder tydeligt ser og værdsætter forskellen mellem os og vores største konkurrenter.
- 2** Alle funktioner i organisationen har en god forståelse for, hvad de skal bidrage med for, at vi lykkes med at realisere vores salgsmål.
- 3** Vores salgsledere går forrest med at aktivere, håndhæve og udvikle sælgernes tilgang til salg.

Salgsdyd nr. 1

Vi er så kundeorienterede, at alle vores kunder tydeligt ser og værdsætter forskellen mellem os og vores største konkurrenter.

32%

Enige i...

...vi arbejder konstant på at skabe større og tydelig værdi for kunderne

Stærk
salgspraksis



77%

Enige



Svag
salgspraksis

3%

Enige

Perspektivering

Det handler om at adskille sig fra konkurrenterne

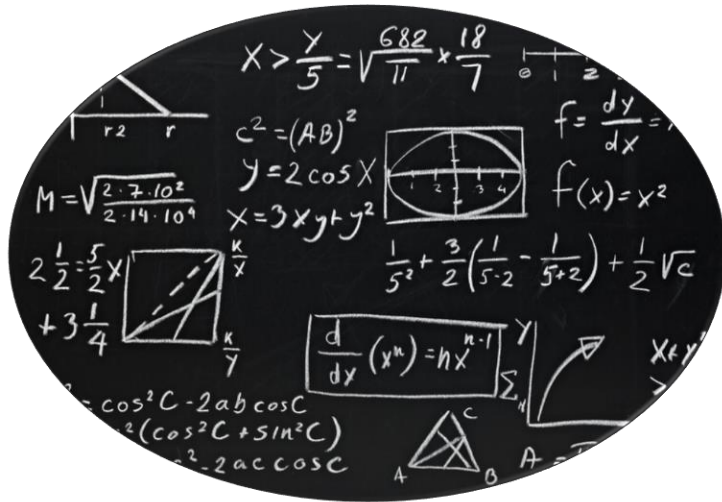


“Don't forget that you, your product or service is not differentiated until the customer understands the difference”



Tom Peters
“In Search of Excellence”

For virkelig at forstå hvad der driver kundernes adfærd må vi også forstå de emotionelle oplevelser



Rationelle oplevelser



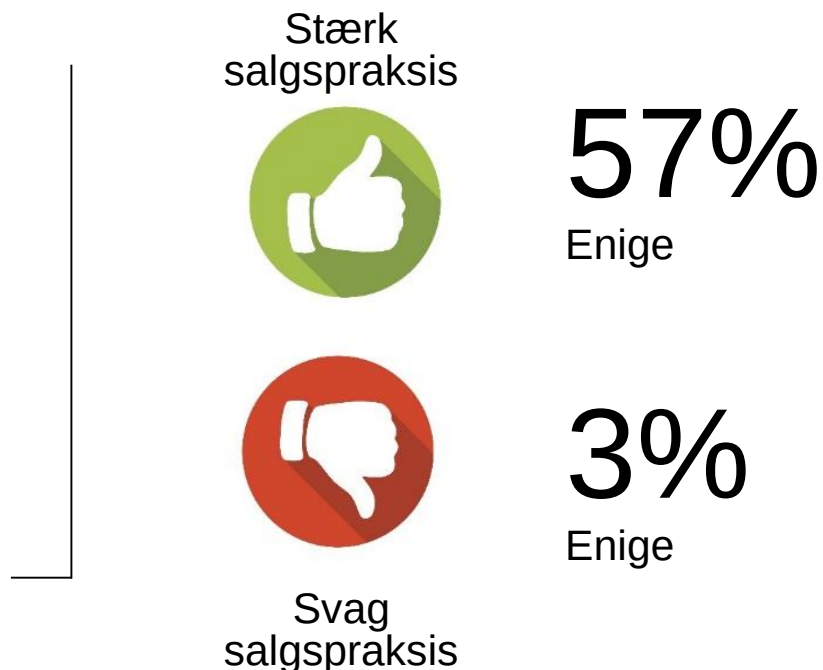
Emotionelle oplevelser

Salgsdyd nr. 2

Alle funktioner i organisationen har en god forståelse for, hvad de skal bidrage med for, at vi lykkes med at realisere vores salgsmål.



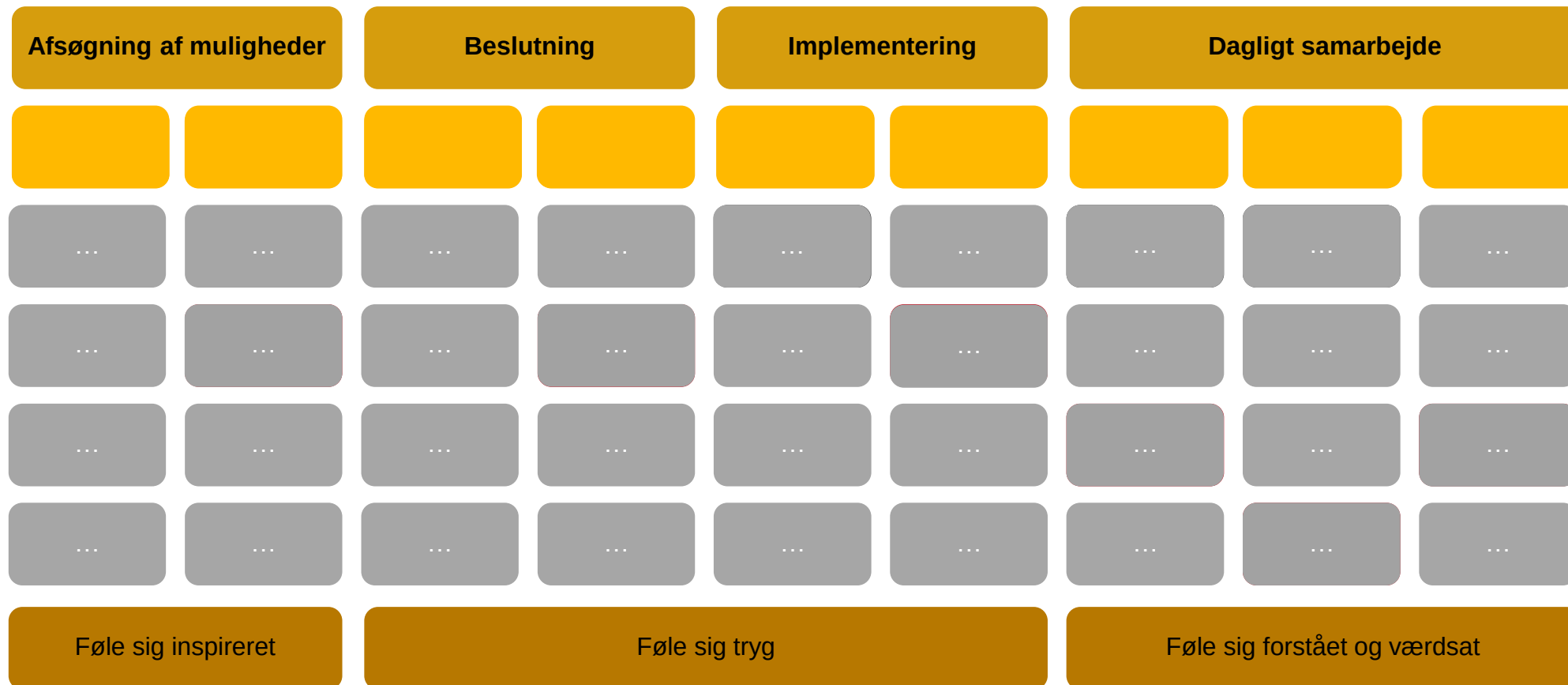
...kundeservice og salg
koordinerer indsatser og
samarbejde



Perspektivering

Kortlægning af kunderejsen...

- Salg og kundeservice er mange touch points...



Salgsdyd nr. 3

Vores salgsledere går forrest med at aktivere, håndhæve og udvikle sælgernes tilgang til salg.

32%

Enige i...

...Jeg kan altid få kvalificeret sparring med min leder om hvordan jeg bedst skaber salgsresultater

Stærk
salgspraksis



70%

Enige



Svag
salgspraksis

5%

Enige

Leading by example



Salgsdyder for sælgeren



Ledelse af salget



Sælgere



Salgets
ressourceudnyttelse

4

Vi har en fælles forståelse for den værdi, salget skal skabe for vores kunder, og vores træning og uddannelse af salget er altid designet med et tydeligt fokus på værdiskabelsen.

5

Vi tydeliggør og tager os betalt for den værdi, vi skaber.

Salgsdyd nr. 4

Vi har en fælles forståelse for den værdi, salget skal skabe for vores kunder, og vores træning og uddannelse af salget er altid designet med et tydeligt fokus på værdiskabelsen.



...vi har mål for, hvad sælgernes udviklingsforløb skal forbedre

Stærk
salgspraksis



39%

Enige



0%

Enige

Svag
salgspraksis

Værdi eksisterer først, når kunden anerkender og oplever at noget har værdi!



Salgsdyd nr. 5

Vi tydeliggør og tager os betalt for den værdi, vi skaber.

13%

Enige i...

...vi måler, om vores
produkter/services skaber
merværdi for kunden

Stærk
salgspraksis



35%

Enige



Svag
salgspraksis

2%

Enige

Hvor i forretningsmodellen skaber vi værdi?

**Vi kan først tage os
betalt, når kunden
anerkender værdien!**



Salgsdyder for salgets resource-udnyttelse



Ledelse af salget



Sælgere



**Salgets
ressourceudnyttelse**

6

Vores salgsressourcer er tæt knyttet til virksomhedens strategiske målsætninger, og de enkelte profiler og ressourcer i salgsorganisationen måles på deres individuelle bidrag hertil.

7

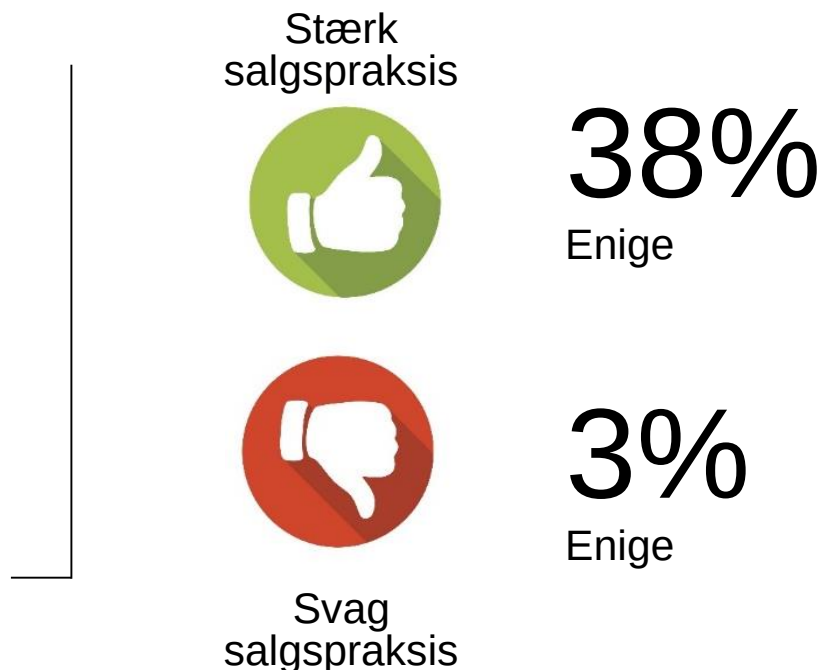
Vi er bedre end vores konkurrenter til at anvende interne data om kunder og marked til at supportere vores kundevendte funktioner til at supportere salg og skabe tydelig værdi for kunderne.

Salgsdyd nr. 6

Vores salgsressourcer er tæt knyttet til virksomhedens strategiske målsætninger, og de enkelte profiler og ressourcer i salgsorganisationen måles på deres individuelle bidrag hertil.



...vi opnår stor værdi af alle salgsbesøg



Hvor skal vores omsætning komme fra?

**Har alle
omsætningskroner
samme værdi?**

Salgsdyd nr. 7

Vi er bedre end vores konkurrenter til at anvende interne data om kunder og marked til at supportere vores kundevedtatte funktioner til at supportere salg og skabe tydelig værdi for kunderne.



...vi er proaktive overfor kunderne fordi vi har relevant viden om dem i vores it-systemer

Stærk
salgspraksis



44%

Enige

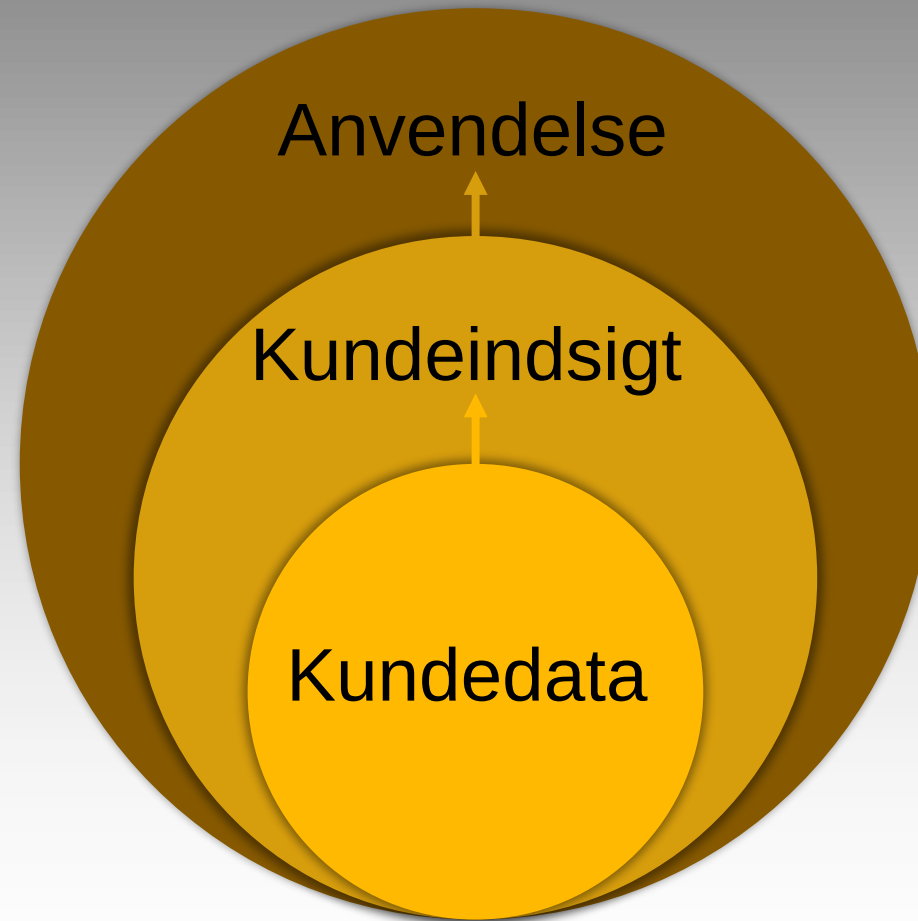


0%

Enige

Svag
salgspraksis

Aktivering af kundedata



**De 7 salgsdyder kan
være nøglen til
vækst!**

7

6

5

4

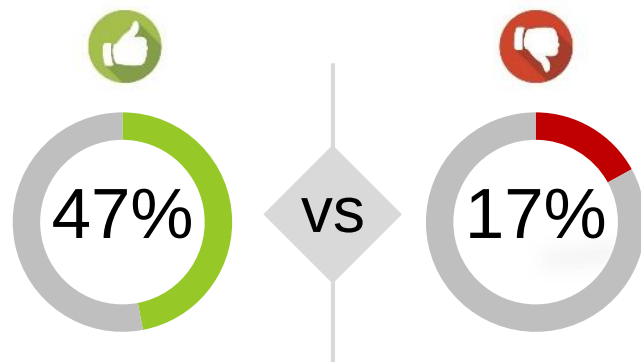
3

2

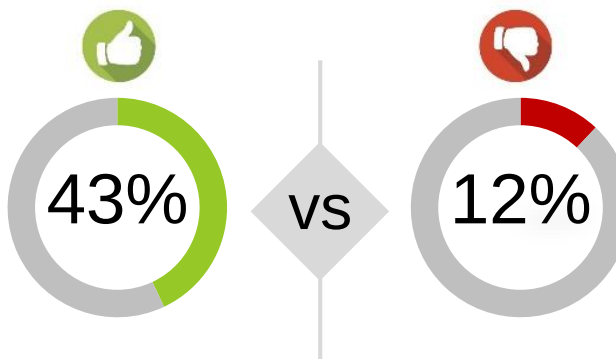
1

Væksttrappen: De underlæggende dynamikker for væksten

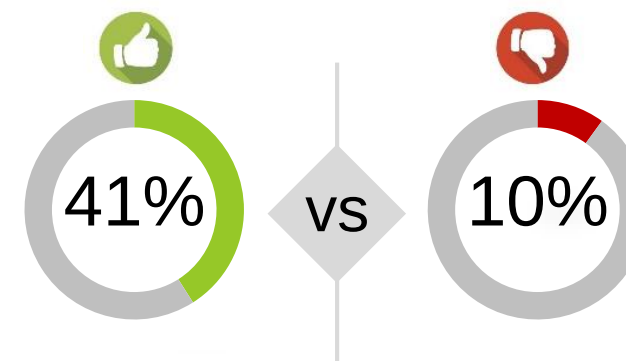
Gode til at....



...fastholde omsætning til eksisterende kunder



...sælge mere til eksisterende kunder



...tiltrække nye kunder

Krydstjek med regnskaber...



Stærk
salgspraksis

8 ud af 10 virksomheder i kategorien
"Stærk salgspraksis" har oplevet **vækst** i
de seneste regnskaber.



Svag
salgspraksis

5 ud af 10 de virksomheder i kategorien
"Svag salgspraksis" har oplevet **fald** i
omsætningen.