

SALGSPERFORMANCE MED ET NYT PERSPEKTIV



Tiden er inde til et nyt perspektiv på salg og salgspersormance.

I det operationelle salg jagter vi altid mere omsætning. Vores salgsbudgetter indeholder typisk forventet omsætning pr. kunde, og det er vores primær KPI, der året igennem måles på.

Tiden er inde til et nyt perspektiv på salg og salgspersormance. Et perspektiv som i endnu højere grad retter fokus på det, som giver mest mening får os som virksomhed og for den enkelte medarbejder.

Emnet tager udgangspunkt i det at arbejde med **kunderegnskaber** og den bearbejdning af vores kundeportefølje det betyder.

Læs mere om dette emnet "Sådan arbejder du med kunderegnskaber" på <https://struktur-nu.dk/inspiration/>

I denne inspirationsfolder vil vi beskæftige os med helt grundlæggende områder inden for salg og salgspersormance.

Vi vil se på, hvordan der i det operationelle salg kan arbejdes mere målrettet og, hvordan der kan måles på vores indsats med et nyt fokus.

Jeg håber, at kunne inspirere jer til at arbejde med netop dette område og ved selvsyn se, hvordan I på denne måde fremmer vækst, medarbejdertrivsel og den generelle udvikling i jeres virksomhed.

Jeg ønsker jer god læselyst!

Annemarie Duus

01 Målrettet salgsindsats

Kunderegnskaber som udgangspunkt

Med udgangspunkt i arbejdet med kunderegnskaber, giver det os nye muligheder i det operationelle salg, idet vi nu kan målrette vores indsats.

Inddeling i kundegrupperinger

Kunderegnskaberne giver os mulighed for at definere forskellige kundegrupper ud fra den omsætningsstørrelse og det dækningsbidrag/ den dækningsgrad (DB/DG) de repræsenterer. Det giver god mening at lave den inddeling, idet hver gruppe repræsenterer, hver deres udfordring, og kræver derfor forskellige strategi og salgsindsats.

Den gode kunde

For os i salg er det vigtigt at få defineret, hvilken indsats de enkelte kundegrupperinger skal have, idet de data vi nu har, via kunderegnskabet, vil være retningsgivende for os. Vi ved nu hvem "*den gode kunde*" er for os. Vi kender deres karakteristika, og de sætter niveauet for vores salgsindsats. Vi bør definere niveauet for salgsindsatsen for alle vores kundegrupperinger.

Operationel salgsindsats

Når salgsindsatsen er defineret ud fra kundegrupperingerne, giver det retningslinjer for, hvilke kunder der skal modtage, hvilke ydelser inkl. i den operationelle salgsindsats. Eksternt salg ved nu, hvilke kundebesøg skal prioriteres. Det står dem nu klart, hvor deres indsats giver mest mening for os som virksomhed og for dem selv i forhold til salgsp performance og måling heraf.

På enkelt kundeniveau

Salgsindsatsen kan ikke kun målrettes de enkelte kundegrupper, men også på det enkelte kundeniveau. Gennem opdelingen i de forskellige cost-drivers vil vi på den enkelte kunde f.eks. kunne se, hvilken omkostningsstruktur de har hos os. Vi har gennem opdelingen af cost-drivers nu overblik over, hvilke områder af vores samarbejde med kunden, vi skal forsøge at "flytte" i en mere gunstig retning for os.

Læs mere om dette emnet "*Tilpasset kundeservice koncept*" på <https://struktur-nu.dk/inspiration/>



Noter nedenfor de KPI'er i måler på i jeres virksomhed. Noter ligeledes ned (hvis du kan),hvordan den enkelte salgsansvarlige har indvirkning på disse KPI'er.



02 Salgsperformance

Salgsperformance med et nyt perspektiv

Gennem kunderegnskabet kan vi nu begynde at se mere nuanceret på salgsperformance. Traditionelt set i salg har vi (næsten) udelukkende målt på omsætning pr. kunde eller omsætning pr. sælger. Og faktum er, at det vi måler på, er det der navigeres efter. Men mere omsætning er ikke nødvendigvis proportionalt med tilsvarende større indtjening, det ved vi også.

Nye KPI'er

Med kunderegnskabet kan vi nu styre og måle efter nye KPI'er, som på grund af deres forøgede detaljeringsgrad, med sikkerhed vil have positiv effekt på vores bundlinje. Detaljeringsgraden gør nemlig, at vi målrettet kan differentiere og målrette vores salgsindsats, så det stemmer overens med der, hvor vi får meste effekt = indtjening.

Nye målepunkter

Eksempler på nye KPI'er kunne være at måle på udviklingen i den samlede DB /DG for en sælgers kundeportefølje. Det kunne også være at måle på DB/DG udvikling inden for udvalgte kundegrupperinger, idet udvikling på "den gode kunde" gruppe har størst effekt for vores indtjening.

Nye strategiske muligheder

Inddelingen i cost-drivers giver os mulighed for at måle på udviklingen inden for de enkelte cost-drivers. Sådanne målsætninger rækker ind i vores strategiske grundlag, men kunne omhandle ønsket om at få reduceret fragtprocenten, bonusprocenten, returprocenten på udvalgte kunder, udvalgte kundegrupperinger eller hele kundeporteføljen alt efter, hvad der giver mening hos jer.

Fælles mål relevant for alle

Denne nye mulighed skaber blandt andet fælles mål, som rækker langt ud over operationelt salg, og hermed er arbejdet med kunderegnskaber og den indsigt det giver, relevant for hele vores organisation- ikke kun salg.

Vores overordnede salgsstrategi

Hvilke nye KPI'er vi vælger, afhænger i stor udstrækning af vores overordnede salgsstrategi. Kunderegnskaber gør en analyse af vores samlede kundeportefølje muligt, og denne analyse bør i meget stor udstrækning have indflydelse på vores fremtidige strategi herunder salgsstrategi og handleplaner.

Læs mere om dette emnet "Analyse af din kundeportefølje" på <https://struktur-nu.dk/inspiration/>

03 Processen er vigtig

Processen er vigtig(st)

Når arbejdet med kunderegnskaber påbegyndes, er det vigtigt at have forståelse for, at der sættes gang i en forandringsproces. En proces som har indvirkning på hele vores organisation både på kort og lang sigt. Vi ændrer ved grundlæggende elementer inden for traditionelt salg, derfor er involvering af medarbejderne tidligt i processen vitalt.

Medarbejderinvolvering og indflydelse

Vores salgsteam har værdifuldt kundekendskab, som vi ønsker afspejlet i de kundegrupperinger, kundeporteføljeanalysen resulterer i. Samtidig ønsker vi tidlig involvering af vores salgsteam, da det er dem, der i daglig drift på forskellige områder skal bære tilgangen videre.

Jeres DNA

Det er vigtigt at jeres DNA som virksomhed kommer til udtryk i analyseresultatet, herved lægges grundstenene til en langvarig og bæredygtig (medarbejder båret) udvikling.

Brug for hjælp til processen?

Forandringsprocesser kan være svære at drive samtidig med daglig drift. Først og fremmest kræver det specialiseret viden inden for området, og dedikeret fokus. Derfor giver tilknytning af en ekstern kompetence god mening til sikring af fremdrift og resultater.

Læs mere om på <https://struktur-nu.dk/ydelser/>