

Diese 7 Dinge beflügeln Sales & Vertrieb in Zukunft.

1

Social Selling

Stellen Sie mittels Social Selling sicher, dass Sie und Ihr Vertrieb Teil der sozialen Konversation ist - ungeachtet der von Ihren Prospects genutzten Kommunikations-Kanäle.

Die Formel im Social Selling ist einfach: Accounts analysieren, Prospect engagiert beobachten, Leads mit Content und Information helfen, das Gespräch suchen, Kunden gewinnen.

2

Prospecting

Je relevanter und Nutzen-stiftender Sie Ihr Prospecting gestalten, desto eher sind Kunden gewillt, Ihnen vom ersten Moment an zuzuhören.

Bringen Sie bei jedem Einstieg zum Erstgespräch etwas Dienliches mit: Kunden- und Kontext-bezogener Content, wertvolle Information.

Setzen Sie zum Finden neuer Prospects auf moderne Prospecting-Tools. Vermeiden Sie das Einkaufen von Address-Listen.

3

Warm Calling

Nehmen Sie das Telefonmarketing-Heft wieder selbst in die Hand.

Investieren Sie in die Recherche von idealen Account-Profilen, Buyer Personas und in Ihre neue Inbound Sales Development-Abteilung.

Inbound Sales baut auf den Informationen aus dem Prospecting auf und kann so im ersten „Warm“-Kontakt am Telefon auf die spezifischen Kundenbedürfnisse eingehen und helfen.

Hohe Relevanz, statt kalte Akquise - Das sichert Ihnen Termine.

4

Smarketing

Setzen Sie sich mit Marketing UND Vertrieb an einen Tisch.

Legen Sie fest, was ein "guter, qualifizierter" Lead ist.

Danach richten Sie alle Aktivitäten darauf aus, diesen Lead anzuziehen (Marketing) und für sich zu gewinnen (Sales).

5

Richtiger Kanal

Finden Sie heraus, wie, wann und mit welchen Mitteln Ihre Kunden kommunizieren (wollen).

Sei das per Telefon, vor Ort, via E-Mail oder Chat.

Holen Sie sie dort ab, wo sie sich bereits heute aufhalten.

Der alte Kernsatz "The Medium is the Message" ist heute aktueller denn je.

6

CRM

Ein CRM, das die beiden Welten von Marketing UND Vertrieb abbildet, ist für den Abschluss von neuem Geschäft von grossem Vorteil.

Kein Budget? Kein Problem! Viele kostengünstige und kostenlose CRM-Systeme sind heute verfügbar.

Evaluieren Sie die Möglichkeiten im CRM-Markt neu, falls Sie dies nicht schon getan haben.

7

Sales Training

Traditionelle Verkaufs- und Abschluss-Trainings sind nach wie vor wichtig.

Doch schulen Sie Ihr Sales-Team auch auf den Teil der Buyer's Journey, der weit vor dem Abschluss liegt:

Social Selling, Networking, Sales Content, Informations-basiertes Verkaufen, Einsatz von Marketing- und Sales-Technologien, Prospecting Tools uvm.

Richtig trainierter Sales bewegt Kunden UND Umsatznadel.