

Nowy wymiar sprzedaży

Janusz Małgorzaciak – Microsoft Dynamics STU Lead
Agnieszka Zarzycka – CRM Business Development Manager
Paweł Czernek – CRM Technical Sales Professional
Paweł Brudny – CRM Partner Technical Sales

 Microsoft Dynamics

Trendy kształtujące doświadczenia

Zmiany stylu pracy

65% firm wdraża oprogramowanie do zarządzania komunikacją w świecie **mediów społecznościowych**



Średnio jeden człowiek wykorzystuje w ciągu dnia **4 urządzeń**

80% firm z listy Fortune 500 wdroży mobilne aplikacje w tym roku



84% przedsiębiorstw ma **pracowników mobilnych**

Wzrost znaczenia „klienta społecznościowego”

44% Klientów **narzeką** poprzez media społecznościowe



20% klientów oczekuje **odpowiedzi** w ciągu godziny kanałem „social”



57% Klientów porówna produkty / usługi **zanim skontaktuje się z firmą**

Era klienta

Zainicjowana przez eksplozję technologii społecznościowych i mobilnych

>1,7 mld

użytkowników sieci społecznościowych

>6,8 mld

użytkowników telefonów komórkowych

>400 mln

tweetów dziennie na temat produktów, usług i marek

średnio 150

razy w ciągu dnia użytkownik sprawdza telefon

Reakcją firm jest dbałość o satysfakcję klientów

Skupienie się na kliencie przynosi efekty

Wygrywają te firmy, które sprawiają, że ich klienci są zadowoleni

Liderzy w dbaniu
o zadowolenie
klienta

+77,7%

Indeks S&P 500

+51,5%

Maruderzy w dbaniu
o zadowolenie klienta

-2,5%

Siedmioletnie wyniki giełdowe firm-liderów w kwestii dbania o poziom zadowolenia klientów, maruderów oraz indeks firm o największej kapitalizacji S&P 500 (lata 2007-2013). Pokazano całkowitą stopę zwrotu.

Watermark Consulting, "The Watermark Consulting 2014 Customer Experience ROI Study", 2014, www.watermarkconsult.net

Zmienił się sposób, w jaki ludzie kupują

Przeciętnie na rynku B2B
na decyzję zakupową
wpływa

5.4
decydentów

Szansa
telesprzedawcy/
telemarketera na
dotarcie do
potencjalnego Klienta
wynosi poniżej

9%

9 z 10

klientów biznesowych
mówi, że znajdą cię,
kiedy będą gotowi
na zakup
-IDG Enterprise

Klienci kontaktują się,
gdy przeszli już

70%

procesie zakupowego
-Partners in
Excellence

Doświadczenie zdobyte
w procesie sprzedaży w

53%

wpywa na lojalność
klienta

Zmiana sposobu sprzedaży



73%
sprzedawców używających w sprzedaży mediów
społecznościowych ma lepsze wyniki niż ci,
którzy ich nie wykorzystują

-A Sales Guy Consulting

Tylko 3%
niezapowiedzianych rozmów
telefonicznych (tzw. „cold call”)
prowadzi do osobistego
kontaktu...

... natomiast takim spotkaniem

kończy się aż 67%
kontaktów z polecenia
wspólnego znajomego
w serwisie LinkedIn

-Microsoft

Skuteczna sprzedaż z nowymi możliwościami

Środowisko użytkownika stworzone z myślą o osiągnięciu wyników, co sprzyja akceptacji tego rozwiązania przez sprzedawców.

Wbudowane narzędzia do zaawansowanych analiz danych biznesowych i społecznościowych

Praca zespołowa w sprzedaży, gdziekolwiek jesteś

Sposób sprzedawania musi się zmienić

Skoncentruj
wysiłki

Szybciej zdobywaj
klientów

Sprzedawaj
więcej

Szybciej zdobywaj klientów

Twórz osobiste, ukierunkowane relacje

Sprzedawcy stoją przed sporym wyzwaniem. Muszą stosować nowe metody, bo klienci nie chcą już, żeby im po prostu sprzedawano.

Sprzedawcy potrzebują szybkiego dostępu do ogromnych zasobów informacji (**danych korporacyjnych, jak i zewnętrznych**) z wielu źródeł.

Najważniejsze informacje muszą być łatwo dostępne, żeby sprzedawcy mogli ustalać priorytety w swojej pracy

8%

więcej zdobytych klientów, jeśli przedstawiciele handlowi mają dostęp do danych wewnętrznych i zewnętrznych

-CSO Insights



Dlaczego klienci wybierają Microsoft

Wykorzystaj sieć swoich kontaktów
Światowej klasy produktywność i praca grupowa

Sprzedawaj skutecznie
Bezkonkurencyjna wartość
Narzędzia analityczne dla każdego

Pracuj efektywnie, ponieważ
Bezpieczne rozwiązania w chmurze klasy biznesowej
Środowisko użytkownika, która przynosi wyniki biznesowe



Dzień z życia