

Een nieuw tijdperk in de kunst van het verkopen

Lever geweldige klantervaringen



MANAGEMENT SAMENVATTING

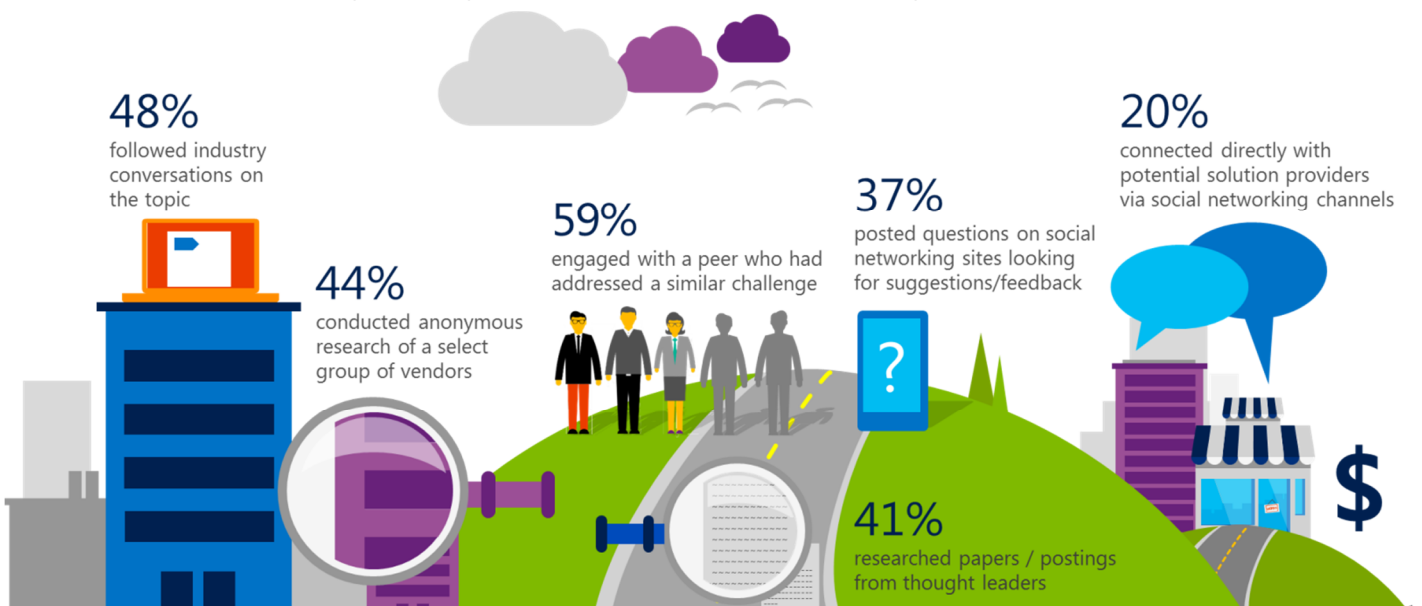
Technologie heeft de verkoopfunctie volledig overhoop gegoooid. Enerzijds is het verkopersvak lastiger geworden omdat klanten de meeste informatie die zij denken nodig te hebben online kunnen vinden en hun aankoopbeslissingen vaak maken op basis van de informatie die zij vinden. Anderzijds kan een goede toepassing van technologie verkopers juist helpen zich daaraan aan te passen doordat technologie het verkoopproces kan vereenvoudigen en verkopers efficiënter en succesvoller dan ooit maakt.

Informatie zoals productbeschrijvingen, klantbeoordelingen en vergelijkingen met concurrerende artikelen is nu overal beschikbaar op het web en via sociale netwerken. Zakelijke kopers gebruiken deze informatie om zich een mening te vormen en een voorselectie van mogelijke producten te maken ver voordat zij contact met een leverancier zoeken.

Wanneer kopers zich tot een verkoper richten, verwachten zij snelle antwoorden die relevant zijn voor de behoeften van hun organisatie. Om effectiever te kunnen reageren op deze goed geïnformeerde en veeleisende kopers, moeten verkooporganisaties en verkopers veranderen. Zij moeten gebruikmaken van sociale media om te profiteren van relaties, en technologie inzetten om snel te reageren op vragen van kopers. Deze paper geeft een beeld van de visie van Microsoft voor verkooporganisaties om technologie te gebruiken om met minder moeite meer deals te sluiten. Er worden concrete voorbeelden gegeven die laten zien hoe succesvolle verkoopleiders hun verkoopmethoden veranderen met hun Microsoft-oplossingen.

DE MODERNE ZAKELIJKE INKOPER

Verkopers weten al wat tegenwoordig niet meer werkt: responspercentage van minder dan 3%.ⁱⁱ Contact zoeken met



De weg naar een aankoop voor een B2B-inkoperⁱ

cold calling. Een televerkoper heeft maar 3% kans dat een prospect de telefoon opneemt. Een marketingmail heeft een

een prospect zonder exact te weten wat die nodig heeft, leidt zeer waarschijnlijk niet tot succes.

Klanten weten meestal wat zij nodig hebben en zoeken actief naar de beste oplossing voordat zij contact zoeken met een leverancier. Om informatie te zoeken doen zij onderzoek op websites van leveranciers, vragen zij hun collega's, en starten en volgen zij gesprekken op sociale media.

Gezien alle informatie die klanten zelf kunnen verzamelen, mag het geen verrassing zijn dat klanten soms al op 70% in het inkoopproces zitten voordat zij daadwerkelijk contact opnemen met het bedrijf waarbij zij onderzoek deden.ⁱⁱⁱ Het is

zo dat 80% van de kopers het eerste contact met hun beoogde leverancier legt en wanneer zij dat doen, hebben zij vaak al een idee van de oplossing die zij nodig hebben.^{iv}

Verkoopleiders zouden niet blij moeten worden van het idee de controle over 70% van het verkoopproces te verliezen en te moeten wachten tot prospects hen bellen, omdat zij daarbij veel kansen verliezen. Microsoft heeft echter de oplossingen die nodig zijn om de verkoopprocessen aan te passen aan deze nieuwe realiteit.

VERKOPEN VOLGENS MICROSOFT

Met de juiste oplossing voor commerciële productiviteit kunnen verkooporganisaties hun producten op een andere manier gaan verkopen. De Microsoft-oplossing voor commerciële productiviteit verbetert de verkoopmogelijkheden op vijf hoofdgebieden: sociale media, inzichten, samenwerking, procesautomatisering en mobiel. Een verbetering van deze mogelijkheden binnen een holistische oplossing resulteert in het vermogen in te zoomen op doelen voordat de concurrentie dat doet, sneller klanten binnen te halen door als een team boeiende en gedifferentieerde klantinteracties te creëren en uiteindelijk meer te verkopen.

Microsoft biedt een gestroomlijnde ervaring met Microsoft Dynamics CRM Online en de interoperabiliteit hiervan met Microsoft Office 365 en Yammer. Verkopers kunnen op één plaats terecht voor al hun taken: verkoopleads bekijken, bedrijven onderzoeken, sociale connecties zoeken, met prospects communiceren, verkoopinzichten controleren en offertes opstellen. Zo hoeven verkopers niet meer over te schakelen tussen verschillende toepassingen, doordat zij informatie binnen de juiste context krijgen in een moderne gebruikerservaring.

Sales-directie	Verkoopmanagers	Verkopers
<ul style="list-style-type: none"> Echt zakelijk inzicht en zichtbaarheid Mogelijkheid om nieuwe kansen te zien Klantgerichte verkooporganisatie 	<ul style="list-style-type: none"> Tools voor planning en beheer volgens belangrijke prestatiecijfers (KPI's) Inzichten om de concurrenten een stapje voor te blijven Productieve verkopers die winnen als een team Hoge conversie- en winpercentages 	<ul style="list-style-type: none"> Gekwalificeerde leads Inzichten om sneller meer deals af te sluiten Holistisch, compleet beeld van uw klanten Meer tijd om te verkopen, minder drukke werkzaamheden Overall toegang tot CRM

De Microsoft-oplossing voor commerciële productiviteit komt tegemoet aan de behoeften van de complete verkooporganisatie^v

ZET SOCIALE INZICHTEN OM IN VERKOOP

Uw klanten gebruiken sociale netwerken om meer te weten te komen over u en uw producten. Moet u die niet ook gebruiken om meer sociaal inzicht te krijgen in uw klanten?

Mogelijk komt u er zo achter dat een prospect ontevreden is over het product van een concurrent of over een product van u. Of u hoort dat uw klant uw services heeft aanbevolen aan een contactpersoon en krijgt zo een nieuwe lead. Uw sales-team kan nu in real time inzicht krijgen in de sociale activiteiten van uw contactpersonen en accounts, en zij kunnen contact leggen met hun klanten via LinkedIn en Twitter, binnen CRM.

Wanneer gegevens van sociale netwerken, zoals LinkedIn en Twitter, direct in het CRM-systeem zijn geïntegreerd,

worden die een vanzelfsprekend onderdeel van het verkoopproces. CRM levert de laatste nieuwtjes en geruchten op de markt samen met bedrijfsgegevens, zodat u altijd alles

Een e-mail via LinkedIn InMail waarin een tweedegraadsconnectie wordt genoemd (dus u kent iemand die zij kennen en u verwijst in de InMail naar die connectie) heeft een responspercentage van maar liefst 67%!^{vi}

weet over de activiteiten van uw klanten. Realtime beschikbaarheid van deze informatie kan net het verschil maken tussen uw concurrent een stapje voor blijven en op uw concurrent achterlopen.

Daarnaast krijgen verkopers met Social Listening al vroeg inzicht in problemen waar klanten

mee te maken hebben terwijl zij contact leggen met de spraakmakende gemeenschap. Bovendien levert het sociale koopsignalen. Wanneer mensen laten weten dat ze op zoek zijn naar iets, niet tevreden zijn met hun huidige oplossing of

meer informatie willen over een onderwerp, is dat de kans voor verkopers om zich te presenteren. In de Microsoft-oplossing zijn mogelijkheden voor Social Listening ingebouwd, zodat die beschikbaar zijn voor alle gebruikers.

Met Yammer kunnen verkopers gesprekken met klanten voeren in een gereserveerde online werkruimte, waarin de gesprekken worden afgeschermd van het openbare internet.

VERKOOP ALS TEAM

In de meeste gevallen kunnen verkopers niet meer individueel werken. Nu inkopers oplossingen verwachten die verkoop, activiteiten en service overbruggen, zijn verkopers voor hun succes afhankelijk van de volledige organisatie.

Verkooporganisaties hebben de juiste samenwerkings- en communicatietools nodig om verbonden te blijven met de rest van het bedrijf. Dit moeten mobiele tools zijn, die zijn geïntegreerd in het CRM-systeem. Microsoft heeft essentiële mogelijkheden opgenomen in CRM, zoals Lync en Skype, Yammer en Microsoft SharePoint, om verkopers in staat te stellen vanuit de CRM-toepassing met hun team samen te werken.

Lync en Skype bieden een krachtige, maar eenvoudige manier om samen te werken met collega's, partners en contactpersonen. Zo kunnen verkopers snel specialisten of beslissers vinden en aan een vergadering toevoegen die vragen kunnen beantwoorden en ervoor kunnen zorgen dat deals worden gesloten. Gebruikers zien aanwezigheidspictogrammen binnen CRM en kunnen met één klik een gesprek starten.

Teamleden kunnen ook met Yammer verbonden blijven vanuit CRM. Dankzij Yammer kunnen verkopers vanaf elke plek

Ook de integratie van Microsoft Lync en Skype in CRM biedt verkopers een enorm voordeel. Dankzij Lync-federatie of connectiviteit tussen Lync en Skype zijn de communicatie-omgevingen van u en uw klanten verbonden: dat betekent dat aanwezigheidsinformatie, een chatfunctie en conferenties altijd beschikbaar zijn. Uw klanten zitten op klikafstand.

gebruikmaken van de organisatorische kennis van het hele bedrijf. Gesprekken kunnen op contactpersoon, account of andere filters worden georganiseerd, zodat u de benodigde informatie op het juiste moment van de juiste mensen krijgt.

Beheer van documenten en van informatie is een belangrijk onderdeel van het verkoopproces. SharePoint werkt direct binnen CRM, wat betekent dat teams niet worden gedwongen een andere oplossing voor documentbeheer te gebruiken. Zo kan elk team dat aan een verkoopdocument werkt, zoals een presentatie, voorstel of offerteaanvraag, gebruikmaken van de krachtige mogelijkheden voor cocreatie en versiecontrole.

Na de implementatie van Microsoft Dynamics CRM om het verkoopproces zichtbaarder te maken en om het verkoopteam in staat te stellen samen te werken aan kansen voor cross-selling, zijn verkoopconversiepercentages te verhogen en de miscommunicatie door overlappende verkoopinspanningen met 90% te verlagen.^{viii}

"Het draait allemaal om integratie. Dynamics CRM speelt de hoofdrol, maar achter de schermen zorgen we ervoor dat Yammer gesprekken binnen het bedrijf stimuleert. We gebruiken SharePoint om onze kennisbeheersystemen aan te sturen. En we gebruiken Lync om te laten zien welke collega's aanwezig zijn. Office 365 is de ruggengraat van onze kantoorinfrastructuur."

— Paul Marriott-Clarke, commercieel directeur
Metro Bank^{vii}

slaaude ISS Belgium erin zijn verkoopconversiepercentages te verhogen en de miscommunicatie door overlappende verkoopinspanningen met 90% te verlagen.^{viii}

VERKOOPPROCESSEN VERANDEREN

In het ideale geval hebben verkopers gebruiksvriendelijke tools die content leveren die relevant is voor hun positie in de verkoopcyclus. Een goed omschreven proces kan hierbij helpen. Processtromen stimuleren tot best practices en consistentie in de hele organisatie, en maken het tegelijk mogelijk flexibel te zijn en een geweldige klantervaring te leveren.

Traditionele CRM-bedrijfsprocessen, zoals kansenbeheer, maakten echter vaak gebruik van omslachtige en ondoorzichtige workflows. Daarom vroegen die veel training van de gebruikers en werden ze niet grootschalig overgenomen. Microsoft Dynamics CRM Online biedt intuïtieve, visuele procesbegeleiding met een resultaatgerichte gebruikersinterface zodat verkopers de software snel en op grote schaal zullen accepteren. Omdat de

oplossing zelf aangeeft wat de volgende stap moet zijn, is de aanlooptijd kort en zijn de trainingskosten laag.

"We keken naar kosten, programmeergemak en gebruiksgemak, en Microsoft Dynamics CRM won op al deze punten. ...Omdat de oplossing werkte met de Microsoft Office-interface, dachten we ook dat het een vertrouwde gebruikerservaring zou leveren, met name voor onze

sales- en marketingmedewerkers, die zo ongeveer wonen in hun e-mailprogramma, en ons echt zou helpen de benodigde acceptatiegraad te halen." — Vicki Burton, directeur CRM, CSX Transportation^x

Microsoft Dynamics CRM bevat bedrijfsprocessjablonen met branchespecifieke best practices. Deze processtromen kunnen vervolgens worden aangepast of er kunnen nieuwe

processen worden gecreëerd door een simpel point-and-click-proces. Zo kunnen verkooporganisaties flexibel en responsief zijn. Als er een bepaalde trend zichtbaar wordt en de

organisatie snel wil reageren, kan het bedrijfsproces vrijwel meteen worden gewijzigd om de nieuwe gewenste stappen of resultaten te weerspiegelen.

EEN GEHEEL NIEUWE MANIER OM UW VERKOOPGEGEVENS TE BEKIJKEN

Om echt een idee te krijgen van de gezondheid van een bedrijf moeten managers inzichten kunnen halen uit gegevens en op basis van deze gegevens sneller betere beslissingen kunnen nemen.

Microsoft-oplossingen helpen verkoopmanagers zich op de juiste informatie te richten door krachtige dashboards te leveren met realtime visualisaties. "Wat het ons echt opleverde, en waar ik verslaafd aan raakte, is dit dashboard dat dingen echt duidelijk maakt: hoe staat ons bedrijf er in elke aparte fase voor? Ik denk dat kennis helpt betere beslissingen te nemen dan



Met visuele tools kunt u makkelijker informatie weergeven en laten zien hoe het bedrijf presteert

hiervoor [voor Microsoft Dynamics CRM], toen je toch een beetje moest gissen, of zo veel tijd kwijt was met het verzamelen van die gegevens. En nu staat de info meteen op je bureaublad." — Heather Tesky, adjunct-directeur Strategie en marketing, Hallmark Business Connections^{xi}

Organisaties kunnen binnen CRM regio's, teams en prijslijsten instellen voor optimale organisatie-efficiëntie en

gestroomlijnd offertebeheer. Bovendien biedt het ingebouwde verkooprapporten waarmee gebruikers zelf geavanceerde

analyses kunnen uitvoeren zonder IT te hoeven inschakelen.

Verkoopmanagers kunnen met de grafieken en rapporten precies de juiste inzichten aanwijzen die zij nodig hebben om de volgende juiste actie te kiezen. Voor complexere analyses kunnen gegevens eenvoudig worden geëxporteerd naar Excel en geanalyseerd met Power BI voor Office 365. "Dankzij [Microsoft Dynamics CRM]

zijn onze verkoopprognoses en planningsprocessen een stuk betrouwbaarder geworden. ...Verkoopmanagers hebben nu een heel goed inzicht in verkoopactiviteiten, zoals besprekingen, telefoontjes, taken en andere aspecten, waardoor je makkelijker de prestaties van je medewerkers kunt volgen met KPI's en andere tools." — Matija Nakić, hoofd afdeling Sales Operations, HT ERONET^{xii}

UW VERKOOPAFDELING, WAAR EN WANNEER DAN OOK

Klanten zijn veeleisender dan ooit. De concurrentie neemt toe. Het is niet meer acceptabel om dingen te laten liggen tot je weer op kantoor bent. Dit maakt CRM-toepassingen op

mobiele apparaten nu onmisbaar voor verkopers. Steve Jensen, Vice President IT bij Insphere Insurance Solutions merkt op: "Een salesagent zei zelfs dat toegang tot Microsoft Dynamics CRM op hun mobiele telefoon de beste toepassing voor het verkopen van verzekeringen was."^{xiv}

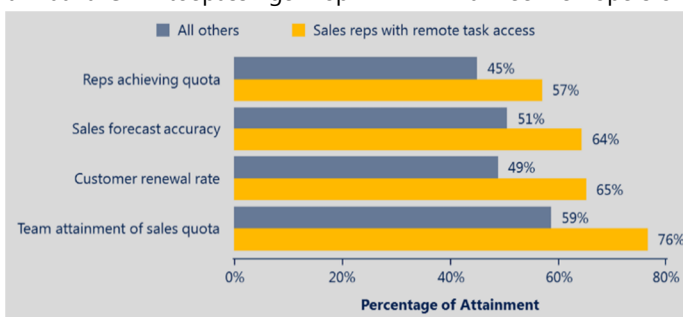
Met CRM zijn verkopers overal productief en flexibel. Zij krijgen in real time informatie op de mobiele telefoon of tablet van hun keuze, via een gebruikersinterface die op alle apparaten consistent is.

Doordat verkopers controlelijstmeldingen op hun telefoon krijgen, weten ze wet er gebeurt, op het moment dat het gebeurt. Zij kunnen onderweg naar een bespreking met een prospect zien welke vraag deze op LinkedIn heeft gepost,

zodat zij weten aan welke zorg zij het eerste aandacht moeten besteden.

Wanneer verkopers onderweg activiteiten, contactpersonen

en kansen bijwerken, krijgen zij en hun team in real time inzicht en verhogen zij hun productiviteit wanneer zij niet op kantoor zijn. Wanneer een verkoper tijdens een vergadering een vraag post op Yammer, kan die direct antwoord krijgen zodat de klant meteen de knoop kan doorhakken. Gary Jones, manager verkooptrainingen bij Saia LTL Freight, zegt: "Mobiele



Mobiele toegang geeft meer succes bij verkopen^{xiii}

toegang tot CRM helpt verkopers direct een antwoord te geven... Microsoft Dynamics CRM heeft ons geholpen van een middenmoter een voorloper te worden."^{xv}

Met een Microsoft-oplossing voor commerciële productiviteit krijgen verkopers de ondersteuning van hun gegevens en hun hele team als zij onderweg zijn. Essentiële inzichten gaan niet verloren, vragen worden onmiddellijk beantwoord en gegevens worden correct ingevoerd.

CONCLUSIE

Microsoft Dynamics CRM Online en Office 365 bieden een intuïtieve, procesgestuurde gebruikerservaring die verkopers door de taken en informatie leidt waarop ze zich moeten concentreren bij het afsluiten van transacties. Microsoft is al tientallen jaren marktleider in productiviteits- en samenwerkingstoepassingen. CRM brengt die innovatie bij elkaar om verkopers in staat te stellen online of offline met hun teams te werken, binnen het kantoor of aan de andere kant van de wereld. Met Microsoft Outlook, Lync, Skype, SharePoint en Yammer als sociale samenwerkingstools - allemaal onderdeel van het Dynamics CRM-pakket - zijn de mensen en informatie die u nodig hebt altijd binnen handbereik.

Met een Microsoft-oplossing hoeven verkopers voor de uitvoering van hun verkoopactiviteiten niet steeds weer over te schakelen tussen verschillende toepassingen. Alle belangrijke informatie wordt binnen de juiste context weergegeven in een eenvoudige gebruikerservaring.

- Geïntegreerde betrokkenheid met sociale tools, inclusief mogelijkheden voor afluisteren van berichten op sociale media
- Samenwerkingsmogelijkheden om snel antwoorden te krijgen en overlappende werkzaamheden te voorkomen
- Procesautomatisering om ervoor te zorgen dat verkopers zijn gericht op verkopen en best practices toepassen
- Gegevensvisualisatie om makkelijk te begrijpen hoe het er met bedrijf en elke aparte account voor staat
- Mobiele toegang zodat verkopers altijd toegang tot hun tools en teams hebben via een consistente, vertrouwde gebruikersinterface

Verkooporganisaties die over deze mogelijkheden beschikken, kunnen zich concentreren op de details, sneller klanten winnen en meer verkopen.

Meer informatie

Microsoft wil organisaties helpen met deze transformatie, zodat verkopers effectiever kunnen verkopen en verkoopmanagers slimmer kunnen managen. Neem contact op met uw Microsoft-vertegenwoordiger of ga naar <http://www.microsoft.com/nl-nl/dynamics/crm.aspx> voor meer informatie over de Microsoft-oplossingen voor commerciële productiviteit

- De oplossing die wordt beschreven in deze whitepaper omvat:
- Microsoft Dynamics CRM Online
- Microsoft Office 365 E3 SKU (bevat Lync Online, SharePoint Online, Exchange Online, Power BI voor Office 365, Yammer Enterprise en Office 365 ProPlus)

BRONNEN

ⁱ Sales Performance International, "Buyer 2.0 and Solution Selling", 2013 <http://www.spisales.com/Sales-Process-and-Buyer-2.0/>

ⁱⁱ Microsoft, "The Dynamic Sales Team", 2013, http://crmpublish.blob.core.windows.net/docs/Whitepaper_TheDynamicSalesTeam_20121107_web.pdf

ⁱⁱⁱ Brock, Dave, "Partners in Excellence Blog", december 2012, <http://partnersinexcellenceblog.com/70-of-buying-process-completed-without-sales-involvement/>

^{iv} Sales Performance International, "Buyer 2.0 and Solution Selling", 2013 <http://www.spisales.com/Sales-Process-and-Buyer-2.0/>

^v Microsoft, "The Dynamic Sales Team", 2013

^{vi} Microsoft, "The Dynamic Sales Team", 2013

^{vii} <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/metrobank.aspx>

^{viii} Microsoft, "The Dynamic Sales Team", 2013

^{ix} <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/customer-success-stories-detail.aspx?casestudyid=710000001026>

^x <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/customer-success-stories-detail.aspx?casestudyid=395000000081>

^{xi} <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/customer-success-stories-detail.aspx?casestudyid=710000001526>

^{xii} <http://www.microsoft.com/casestudies/Microsoft-Dynamics-CRM-2011/JP-Hrvatske-Telekomunikacije-d.o.o.-Mostar/Telecom-Operator-Empowers-Its-Sales-Staff-New-Technologies/710000004250>

^{xiii} Microsoft, "CRM in the World of Buyer 2.0", Microsoft, 2013

^{xiv} <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/customer-success-stories-detail.aspx?casestudyid=710000000797>

^{xv} <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/customer-success-stories-detail.aspx?casestudyid=710000001917>