

Prosales Effectiveness Benchmark™

Hur mycket skulle ni kunna öka er lönsamhet och tillväxt genom att utveckla er säljorganisation?
Hur mycket mer effektivt kan ni bedriva er försäljning?
Med Prosales Effectiveness Benchmark™ – ett forskningsbaserat analysverktyg för att identifiera styrkor, svagheter och tillväxtpotential i försäljningen – kan du nu få kartan och kompassen för att öka din försäljning och lönsamhet.

Den stora utmaningen

Hur bygger man en lönsam och effektiv säljorganisation som skapar tillväxt över tid? Den frågan har vi på Prosales forskat kring i flera års tid. Resultaten visar att det finns stora utmaningar för de flesta säljorganisationer. Inte så att vi är dåliga på att göra saker bra. Däremot kan vi bli betydligt bättre på att göra rätt saker bra:

- Har vi organiserat oss effektivt för lönsam tillväxt?
- Har vi rätt personer på rätt plats? Har vi rätt rekryteringsstrategi?
- Har vi rätt belöningssystem för de olika affärer vi gör?
- Uppmuntrar vi och belönar rätt beteenden? Har vi rätt styrmodeller?
- Har vi rätt säljstrategi och rätt säljprocess utifrån vår försäljning?

Att göra rätt saker, prioriteringar och strategiska vägval är avgörande för att nå tillväxt och lönsamhet. Gör du fel saker så har det ingen betydelse hur bra du är på att genomföra dem. Med Prosales Effectiveness Benchmark tar vi reda på om ni gör rätt saker utifrån era befintliga affärer. Med analysen som underlag får du karta och kompass för hur du ökar din säljorganisations omsättning, arbetar mer effektivt och utnyttjar resurserna på maximalt sätt.

När och varför bör man genomföra en Benchmarkanalys?

En benchmarkanalys av säljorganisationen har flera syften. Det kanske viktigaste är att det är en kontinuerlig process för att hela tiden förbättra och utveckla sin försäljning genom att identifiera, förstå och ta till sig best-practices och nya insikter utanför den egna organisationen. Prosales Effectiveness Benchmark™ lämpar sig bra när du till exempel vill:

- Få en nulägesanalys inför ett visions- och eller strategiarbete
- Förstå var en utvecklingsinsats ger bäst avkastning över tid
- Säkerställa att dina chefer gör rätt saker och arbetar effektivt
- Undersöka om ni har rätt person på rätt plats i säljorganisationen
- Mobilisera och skapa delaktighet och samsyn i företaget
- Få fakta och beslutsunderlag för investeringar i affärs- och kompetensutveckling
- Säkerställa budgetarbete och resursallokering
- Stimulera till tillväxt, lärande och utveckling

Prosales Effectiveness Benchmark™ är ett värdefullt verktyg för alla som har ansvar att utveckla och förbättra försäljningen. Är du VD eller försäljningsdirektör vill du kanske få en överblick för den övergripande försäljningen och hur ni kan öka den totala lönsamheten? Är du försäljningschef kanske du vill trimma och utveckla ditt säljteam? Ansvarar du för kompetensutveckling kanske du vill ha underlag för att säkerställa att ni investerar i rätt kompetensutveckling? Oavsett vilken typ av säljutveckling du arbetar med så kommer du ha nytta av en benchmarkanalys.

Stora förändringar var på gång inom branschen. Därför hade **maskinvaruföretaget X** beslutat om en ny strategi. Frågan var hur man framgångsrikt skulle kunna förankra och implementera den nya strategin i den befintliga säljorganisationen. Till att börja med lät företaget mäta organisationen med Prosales Effectiveness Benchmark. Genom undersökningen, som bygger på att säljare beskriver sina egna affärer och sin egen vardag, fick företaget först och främst värdefull kunskap om nuläget i organisationen. Tack vare undersökningens resultat blev det tydligt vilka hinder och utmaningar man stod inför när den nya strategin skulle implementeras. Att säljarna dessutom, genom undersökningen, bidrogit med kunskap och underlag till nulägesbeskrivningen ökade deras tilltro till resultatet. Det ökade därigenom också deras engagemang och förankring i det följande förändringsarbetet.

Vad mäter Prosales Effectiveness Benchmark™?

Prosales Effectiveness Benchmark mäter 12 centrala tillväxt- och lönsamhetsfaktorer indelat efter fem huvudområden:

Förmågan att organisera er efter försäljningens logiker. Företag som organiserar och renodlar sin försäljning utifrån komplexiteten i sina affärer har en betydligt högre lönsamhet än företag som inte gör det. Prosales forskning visar att för varje tio procent man renodlar sin försäljning finns det potential att öka rörelsemarginalen med 1,5 procentenheter. Vi mäter och räknar på hur mycket ni kan öka er lönsamhet!

Förmåga att göra traditionella affärer. Framgång i Traditionell försäljning bygger på att ha en hög prospektering. Företag med gröna värden på våra index har minst 24 procent högre prospektering och omsättning än företag med röda värden. Här mäter vi bl.a. om ni har rätt personer på rätt plats, om ni har rätt styrmodeller och rätt företagskultur. Ditt index ger en indikation på hur mycket ni kan öka er prospektering och omsättning.

Förmåga att bedriva komplex försäljning. Framgång i Komplex försäljning bygger på att göra få men stora komplexa affärer. Företag med gröna värden på våra index har minst 40 procent högre ordervärden och minst 6 procentenheter högre rörelsemarginal och tillväxt än företag med röda värden. Här mäter vi bl.a. om ni har rätt personer för att göra dessa affärer, om ni mäter och belönar dem på rätt sätt och hur effektivt ni bedriver affärer där flera personer är involverade. Ditt index ger en indikation på hur mycket ni kan öka er ordervärden samt lönsamhet och tillväxt.



Utvecklingsorientering. Har ni förståelse för att det ni bygger i dag får ni skörda frukten av i morgon? Utvecklingsorientering handlar om att bygga ett klimat där utveckling och förändring, både på individ och på organisationsnivå, mot ökad affärseffektivitet står i fokus. Vi mäter er effektivitet och ger rekommendationer om hur ni kan bli mer utvecklingsorienterade.

Försäljningsorientering. Hur försäljningsorienterat är ditt företag? Vad tycker era säljare? Vi mäter hur stark säljorienteringen är och hur mycket den bidrar till er tillväxt och lönsamhet.

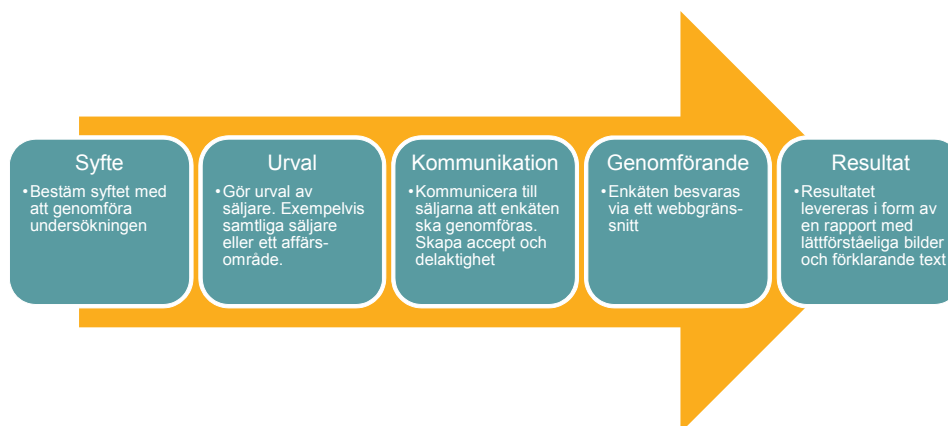
Finansbolaget Y ville "öka säljet" genom att styra medarbetarna från att vara reaktiva rådgivare till att bli proaktiva affärskonsulter. Efter en mätning med Prosales Effectiveness Benchmark gick det att värdera vilka möjligheter och fallgroparna som fanns i det planerade förändringsarbetet. Benchmarkresultatet gav också underlag för val av säljstrategi, effektivisering av organisationen och ökad kunskap om hur man skulle leda och styra organisationen.

Byggsvaruföretaget Z bedriver ett kontinuerligt utvecklingsarbete. En av hörnstenarna för att säkerställa att man går åt rätt håll är att genomföra återkommande mätningar med Prosales Effectiveness Benchmark.

Konkret – vad blir resultatet av Prosales Effectiveness Benchmark™?

Vad får jag konkret ut av att mäta min säljorganisation? Prosales Effectiveness Benchmark™ mäter och beskriver alla de framgångsfaktorer som bevisligen leder till ökade intäkter, lönsamhet och tillväxt. Analysen ger ett kraftfullt beslutsunderlag till vilka steg som krävs för att du ska effektivisera din försäljning och därmed förbättra företagets ekonomiska resultat. Konkret får du en rapport på 23 sidor som beskriver:

- Samtliga index i form av vad de mäter, i vilken utsträckning de bidrar till tillväxt och lönsamhet och vilka värden som ditt företag har fått.
- Rekommendationer om hur ni kan öka er omsättning, arbeta mer effektivt och sänka säljkostnaden samt öka er lönsamhet.
- En jämförelse mot hög- och lågpresterande säljorganisationer



Processen – hur går det till att genomföra en Prosales Effectiveness Benchmark™?

Att genomföra en benchmark-analys är en enkel och smärtfri process. Från start till färdigt resultat tar mellan 2-4 veckor. Processen ser ut på följande sätt:

1. **Vem är målgruppen?** Ska alla säljare ingå i undersökningen? Ska analysen brytas ned i olika grupper baserad på till exempel geografi, affärsområde eller säljkategori?
2. **Kommunicera!** En förutsättning få att göra en bra analys är att säljarna är införstådda i varför analysen görs och vilket syfte den har. Detta också för att få hög svarsfrekvens och tillförlitliga svar.
3. **Enkätutskick.** Enkäten skickas ut via e-post till målgruppen. Att besvara enkäten tar ca 30 minuter.
4. **Analys.** Prosales forskare och analytiker tolkar och analyserar svaren och tar fram en rapport som visar på hur företaget kan öka sin försäljning och lönsamhet.
5. **Återkoppling.** Resultaten återkopplas till dig som beställare.
6. **Uppföljning.** För dig som har avsikt att bedriva ett förbättringsarbete är det viktigt att göra mätningen på nytt. Här utvärderar vi effekterna av förbättringsarbetet.

Kontakt:

Henrik Göthberg
+46 733 644 924
henrik.gothberg@prosales.com



PROSALES

Prosales AB
Rålambsvägen 17, 22 tr,
SE-112 59 Stockholm
www.prosales.com