

MarkedsPartners Kundereisekart B2B

Markedsføring

Salg

Leveranse og bruk

Kundeservice

Kundeoppfølging

Utløsende hendelser

Inbound

Outbound

Kunden tar kontakt

Vi tar kontakt

Leveranseprosess

Spørsmål

Problem

Klage

Oppfølgingsprosess

Oppmerksomhet

Søker | Blir anbefalt | Ser budskap

Interesse

Vurderer aktivt

Kjøpeklar

Kontakt

Behovsavklaring

Løsningstilpasning

Forankring

Forhandling

Bestilling

Forventning

Leveransestart

Onboarding

Bruk

Bruk avsluttes

Selvbetjeningsløsning

Web | App | Bot | ...

Personlig service

Telefon | E-post | Chat | ...

Kundetilfredshetsmåling

KTI | Net Promoter Score

Kundesuksess

Bistand til å få utbytte av produkt
Oppdager og løser problemer

Kundediologprogram

Informasjon (og markedsføring)

Oppfølgingsaktivitet

Sikre opplevd verdi | Utvikle relasjon
Avverge trusler | Avdekke muligheter
Sikre gjenkjøp

Mål for prosessen

I3:

Identifisert | Interessert | Interessant

Avtale inngått

Leveranse kvalitet
og kunde verdi

Løsningskvalitet

Kundelojalitet og mersalg

Nye muligheter

Anbefaling

En kunde anbefaler oss til andre

Merkjøp | Dyrere kjøp | Fornyelse

Ny salgsprosess til eksisterende kunde om nytt eller utvidet behov

Ny oppmerksomhet

Vår markedsføring vekker ny interesse hos en kunde

MarkedsPartners vekstkart: Salg

SKAPE DATA

KUNDEDATA

Demografi, fakta, kjøp, lønnsomhet, kundeandel, CSAT/NPS, ...

DIALOGDATA

Tidslinje: epost, møter, telefon, SMS, chat, kundeservice, ...

ATFERDSDATA

Åpnet e-post, besøk på web, skjemaer, annonser, ...

DATAKVALITET

Vedlikehold, forbedring og berikelse av kundedata

UTNYTTE DATA

EKSTERNE TRIGGERE

Eksterne hendelser som kan brukes til å drive salgsprosessene våre videre

INTERNE TRIGGERE

Fra de øvrige kundenære prosessene

HJELPE KUNDEN MED Å KJØPE

HJELPENDE INNHOLD

på hvert trinn i kjøpsreisen: behov, produkt, pris, løsning, konvertering, bevis, fakta, kjøpeklar

FJERNE KJØPSHINDRE

Innhold, dokumentasjon og verktøy som besvarer spørsmål og tar bort reserverasjoner i kjøpsprosessen

PRØVING

Demoutstyr, demo-/ gratisversjoner, uforpliktende møte eller befarings

KJØPSVERKTØY FOR KUNDE

Konfigurator for å tilpasse produkt, løsning og levering

KONTAKT SALG

Gjør det lett for kunden å kontakte salg på den måten som er enklest for dem, direkte fra riktig kontekst

PLANLEGGING

IDEAL-KUNDEPROFIL

Definisjon av en idealkunde

MÅLKUNDER

Oversikt over hvilke kunder vi ønsker å selge til

KJØPSROLLER

Oversikt over hvilke roller hos kunde som deltar i beslutning

KILDER TIL SALG

Hvor stor andel av salget skal komme fra eksisterende og nye kunder, markeder, kanaler?

AKTIVITETER

Hvilke aktivitetsmål skal salg ha?

HJELPE SELGEREN MED Å SELGE

SKAP KONTAKT

Fra leads, triggerer, automatisering

KUNDEBILDE

Bruke data og verktøy til å oppdatere seg om kunde før kontakt

EFFEKTIVITET

Verktøy som playbooks, maler, sekvenser, ...

AVTALE

Verktøy for effektiv produksjon av tilbud og digital signering

FUNDAMENT

KANALER

Nettverk, distributører, partnere, ...

ORGANISERING

Ledelse, beredskap, roller, segmenter, samarbeid, belønning

PROSESS

Modellere salgsprosess, oppfølging, forretningsregler

METODIKK

for å prospektere, kvalifisere, kontakte, avklare behov, løse, forankre, omgå hinder, lukke

SYSTEMER

CRM, automation, integrasjoner, måloppfølging

INNSIKT: Analyser og innsikt om markeder, kunder og produkter. Historikk, volum, lønnsomhet, markedsandel, kundeandel, preferanse, CSAT/NPS, utvikling.

Hensikten med salg er å inngå avtaler om leveranse

Leveranse