

Narzędzie supersprzedawcy.

Jak stać się handlowcem na miarę XXI wieku?

Teczka, broszury, długopis i wizytówka. W to zazwyczaj wyposażony jest sprzedawca podczas spotkania z klientem. Czas jednak na powiew nowoczesności – dzięki tabletowi i narzędziom Sales Acceleration handlowcy mogą zaoferować klientom zupełnie nową jakość. Jak pokazują badania, podnoszą one efektywność handlowców średnio o 27%.

Czym jest Sales Acceleration?

Sales Acceleration to grupa narzędzi aplikacyjnych, które sprzedawca może mieć zawsze przy sobie (np. na tablecie) i które pozwalają mu na zaprezentowanie oferty firmy w zupełnie nowej formie. Mając do dyspozycji tablet i odpowiednią aplikację, sprzedawca może:

1. wyświetlić dowolną prezentację multimedialną, która zawiera

slajdy, wideo i materiały graficzne,

2. skorzystać z konfiguratorów, kalkulatorów i sugeratorów, które pomogą w dostosowaniu produktu do potrzeb klienta,
3. zapisywać na bieżąco uwagi i sugestie klienta,
4. zaprezentować klientowi wszelkie materiały dodatkowe oraz umowy i inne formalne dokumenty,



Fot.1. Przejrzyste konfiguratory oferty sprawiają, że sprzedawca może wykorzystać w procesie język ikon i symboli, które przemawiają do wyobraźni. Aplikacja potrafi na bazie kilku decyzji dopasować ofertę do potrzeb konkretnego klienta.

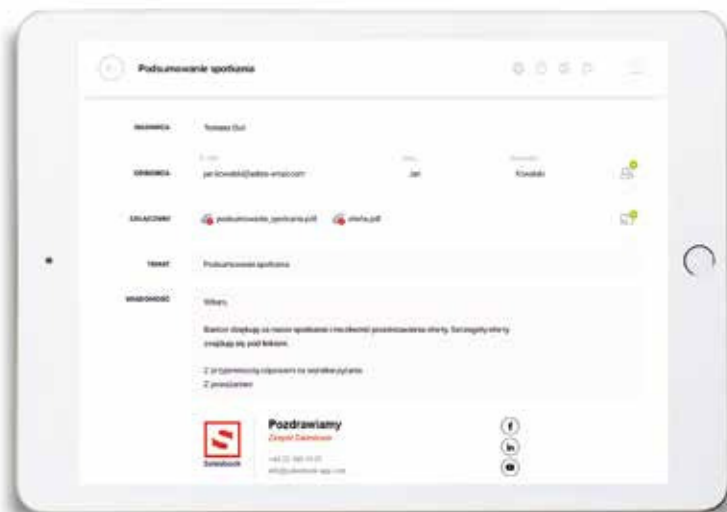
5. zarejestrować czas potrzebny na całe spotkanie, a także na poszczególne jego moduły,
6. umówić z klientem kolejne kroki,
7. wysłać klientowi podsumowanie spotkania, które będzie zawierało: prezentacje, wyniki kalkulacji i propozycje umowy,
8. monitorować proces posprzedażowy, np. to, czy klient otworzył e-mail i które materiały przeglądał.

W ten sposób sprzedawca otrzymuje ponadprzeciętne narzędzie, które pomaga mu w codziennych zadaniach i czyni cały proces niesamowicie efektywnym.

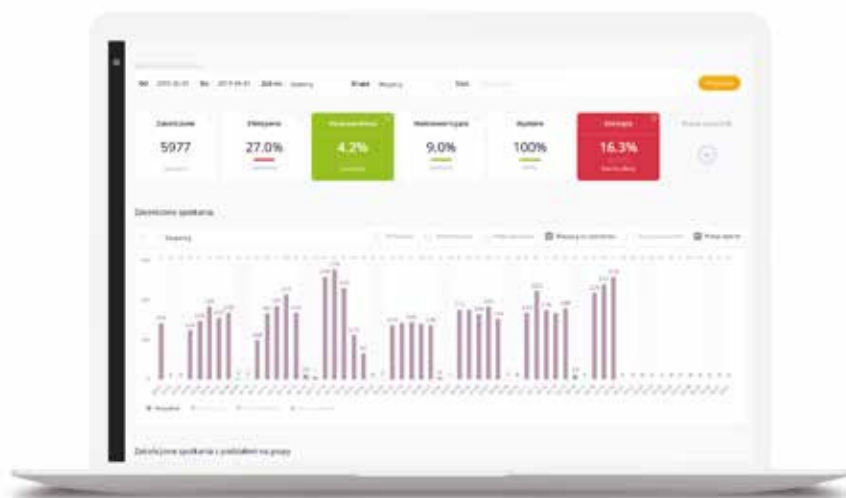
Sprzedaż to proces?

Działania handlowca, który posługuje się Sales Acceleration, przypominają ustrukturyzowany proces. Zaczynamy od zaplanowania całego przebiegu spotkania: co chcemy powiedzieć o firmie, o samym sobie, a co o produkcie. Wszystkie te elementy mogą być starannie przygotowanymi slajdami, które po prostu wgrujemy do aplikacji, a które następnie będziemy mogli wyświetlić klientowi na naszym tablecie. Nad każdym slajdem możemy się zatrzymać, zrobić na nim notatkę, albo dorysować coś za pomocą narzędzia graficznego – w ten sposób otrzymujemy szansę na dokładne objaśnienie zagadnienia.

Nasza prezentacja może być również bardzo interaktywna i multimedialna. Narzędzia Sales Acceleration zawierają tzw. bibliotekę mediów, do której możemy wcześniej wgrać zdjęcia, schematy lub filmy. Takie elementy wplątamy w naszą opowieść, albo wyciągamy w dowolnym momencie procesu jako odpowiedź na pytanie. Kiedy zaprezentujemy firmę i produkt, możemy przejść do kolejnego etapu, którym jest konfiguracja oferty. To jedna z najważniejszych przewag narzędzi Sales Acceleration nad typowym spotkaniem, ponieważ już podczas rozmowy z klientem możemy przeprowadzić z nim ankietę, oznaczyć właściwe odpowiedzi w aplikacji i automatycznie skalkulować dla niego dopasowaną ofertę. Ale to nie wszystko: do naszej dyspozycji są kalkulatory, narzędzia sugerujące i porównywarki – klient może otrzymać odpowiedź na pytanie o bardzo



Fot.2. Na końcu spotkania wystarczy poprosić klienta o adres e-mailowy, zaznaczyć, co powinno się znaleźć w podsumowaniu i ustalić kolejne kroki. Nasz potencjalny klient dostanie na skrzynkę w pełni spersonalizowaną ofertę.



Fot.3. W panelu administracyjnym otrzymujemy dostęp do wszystkich statystyk działań sprzedażowych. Dzięki temu możemy optymalizować nasze procesy, stając się z każdym dniem coraz lepszym handlowcem.

spersonalizowany produkt w ułamku sekundy.

Proces kończy tzw. podsumowanie spotkania, które automatycznie trafi na skrzynkę e-mailową klienta. Będzie ono zawierało slajdy, o których rozmawialiśmy wraz z notatkami, skonfigurowaną ofertę, umowy, z którymi klient może się spokojnie zapoznać, i plan kolejnych kroków. Co najważniejsze, aplikacja wyśle takie podsumowanie za nas na podstawie przebiegu spotkania!

Sprzedawca analityk?

Narzędzia *Sales Acceleration* pozwalają nam na dokładne monitorowanie

naszych działań, a następnie na ich analitykę w panelu zarządczym. Widzimy w nim, ile odbyliśmy spotkań, z kim, co dokładnie prezentowaliśmy klientom, ile czasu spędzaliśmy w poszczególnych modułach, a finalnie – co z podsumowania, które wysłaliśmy po spotkaniu, zainteresowało klienta i zostało kliknięte. Co więcej, nasza aplikacja może się integrować z systemem CRM, a to da nam kompletną wiedzę na temat całego cyklu sprzedażowego.

Jak wygląda praktyka?

Wyobraźmy sobie, że sprzedajemy produkt ubezpieczeniowy, który

ma zapewnić dostatnią przyszłość naszych dzieci. Nie jest to produkt łatwy, wymaga znajomości niektórych terminów związanych z finansami i wiąże się z dość osobistą sferą życia klienta. Zamiast żmudnej ankiety, możemy wyciągnąć tablet z kalkulatorem graficznym, w którym informacje od klienta zbierzemy w kilka minut. Wykorzystamy przy tym symbolikę i ikonografię, które lepiej przemawiają do wyobraźni, niż zadawane pytania.

Jeśli sprzedajemy auta lub motocykle, możemy skonfigurować dla klienta jego wymarzoną maszynę (łącznie z jej wizualizacją) w kilka minut, a dodatkowo dobrać np. model jej finansowania. Sprzedając pakiety energetyczne, szybko określimy preferencje klienta oraz jego styl życia, aby później dobrać najlepiej dopasowaną ofertę taryfową. Innymi słowami, narzędzia *Sales Acceleration* pomagają w wyjaśnieniu, konfiguracji oraz ofertowaniu nawet najbardziej skomplikowanych produktów na rynku.

Gdzie szukać dostawców *Sales Acceleration*?

W Polsce nie ma zbyt wiele firm, które pomagają handlowcom w sprawnym dotarciu do klienta i zarządzaniu procesem sprzedaży bezpośredniej. Jednym z pionierów *Sales Acceleration* jest Salesbook – aplikacja dostarczana przez rzeszowski start-up.

Aplikacja ta znalazła uznanie w oczach takich firm jak BMW Motorrad, ENERGA czy OVB. Zdobyła także liczne nagrody, m.in. European Startup Days Challenge oraz Wolves Summit Startup Challenge. Aby dowiedzieć się więcej, odwiedź stronę: <https://salesbook-app.com>.

MACIEJ GŁOWACKI

CTO & Co-founder w Salesbook – od ponad 20 lat pomaga firmom w tworzeniu cyfrowych produktów, wdrażaniu systemów IT, a także skalowaniu procesów biznesowych. Doświadczenie zdobywał w pracy dla takich firm jako ASSECO, COMP czy Daily.pl. Prowadzi własny software house świadczący usługi dla największych firm w Polsce. Od ponad trzech lat związany z projektem Salesbook, w którym rozwija aplikację od strony technologii i biznesu.

