



softconsulting

Ciljevi i alati za unapređenje prodaje

Autor: Lejla Softić, dipl.oec.
Konsultant za poslovni razvoj

Agenda

- **I MODUL (9,00 - 10,30): Osnove unapređenja prodaje**
 - Uvod u unapređenje prodaje
 - Ključni aspekti unapređenja prodaje
 - Koraci za povećanje prodajnih rezultata
- Pauza za osvježenje (10,30 - 10,45)
- **II MODUL (10,45 - 12,15): Ciljevi i alati za unapređenje prodaje**
 - Važnost ciljeva i alata za prodaju
 - Ciljevi za unapređenje prodaje
 - Alati za unapređenje prodaje
- Pauza za ručak (12,15 – 13,00)
- **III MODUL: (13,00 – 14,30): Izbor strategije za postizanje prodajnih ciljeva**
 - Strategije za postizanje prodajnih ciljeva
 - Povećanje vidljivosti brenda na tržištu
 - Unapređenje korisničkog iskustva
- Pauza za osvježenje (14,30 – 14,45)
- **Praktične vježbe (14,45 – 16,45)**
- **Zaključak (16,45 – 17,00)**

Uvod u unapređenje prodaje



- Svako preduzeće definiira svoje ciljeve kako bi postiglo željene rezultate.
- Prodajni cilj je cilj koji prodajna funkcija postiže u određenom vremenskom okviru (mjesečni, kvartalni, polugodišnji, godišnji ciljevi).
- Prodaja je 'krvotok' svakog preduzeća i kao rezultat toga prodajni ciljevi se preklapaju s ciljevima drugih funkcija u preduzeću (npr. marketing i služba za korisnike).
- Definiranje adekvatnog skupa prodajnih ciljeva ima ključnu ulogu u uspješnom poslovanju preduzeća.
 - Prodajni ciljevi osiguravaju zdrav životni ciklus poslovanja preduzeća.
- Prodajne ciljeve potrebno je definirati odgovorno i pri tome voditi računa da oni budu ostvarivi (realni).
- Postavljanjem prodajnih ciljeva, preduzeće može identificirati područja u kojima možda zaostaje i može razviti strategije za poboljšanje svojih performansi.



Ključni aspekti unapređenja prodaje

- Postavljanje jasnih i mjerljivih prodajnih ciljeva.
- Razumijevanje tržišta, konkurencije i potreba ciljane publike.
- Korištenje CRM alata za praćenje komunikacije i interakcije s klijentima.
- Korištenje digitalnih marketinških alata kako bi se povećala vidljivost.
- Učinkovit prodajni proces koji osigurava dosljednost i kvalitetu interakcija s klijentima.
- Edukacija i trening prodajnog tima za upravljanje odnosima s klijentima.
- Praćenje ključnih pokazatelja performansi (KPI-ji) kako bi se identificirali uspješni elementi strategije i potencijalni problemi (izazovi) u prodaji.
- Neprestano traženje novih načina za poboljšanje proizvoda/usluga i prodajnih pristupa kako bi se ostvarila konkurentna prednost na tržištu.
- Automatizacija procesa za olakšavanje rutinskih zadataka u prodaji.
- Uspostavljanje učinkovite komunikacije unutar prodajnog tima.
- Aktivno praćenje industrijskih trendova i tehnoloških inovacija.

Koraci za povećanje prodajnih rezultata



- Povećanje prodajnih rezultata zahtijeva strateški pristup i sistemsko djelovanje, a ključni koraci za postizanje tog cilja su:
 - analiza trenutnog stanja
 - definiranje konkretnih i mjerljivih ciljeva za povećanje prodaje
 - razumijevanje ciljne publike (potrebe, preferencije, izazovi)
 - kreiranje profila 'idealnog klijenta'
 - optimizacija prodajnog procesa
 - kontinuirano poboljšanje vještina prodajnog tima
 - implementacija sistema za upravljanje odnosima s klijentima
 - inovacije proizvoda/usluga
 - digitalni marketing
 - praćenje ključnih pokazatelja performansi (KPI-ji)
 - praćenje aktivnosti konkurencije
 - kontinuirana prilagodba strategije.

Važnost ciljeva i alata za prodaju



- Cilj unapređenja prodaje je:
 - postizanje boljih rezultata
 - kvalitetniji odnosi s klijentima.
- Prodajni ciljevi omogućavaju:
 - povećanje prihoda, broja klijenata i tržišnog udjela
 - praćenje napretka i evaluaciju uspješnosti strategije
 - motivaciju i usmjerenost prodajnog tima.
- Prednosti upotrebe alata za prodaju:
 - efikasnija komunikacija s klijentima
 - bolje razumijevanje klijenata (kroz analitiku)
 - poboljšano planiranje i izvođenje marketinških kampanja.
- Prodajni ciljevi trebaju biti usmjereni prema primjeni odgovarajućih alata.
- Alati trebaju da podržavaju praćenje i postizanje prodajnih ciljeva.

Ciljevi za unapređenje prodaje



- Prodajni ciljevi trebaju biti usklađeni sa širom poslovnom strategijom, te podržavati misiju i viziju preduzeća, a mogu biti:
 - povećanje prihoda
 - povećanje broja klijenata
 - povećanje tržišnog udjela
 - smanjenje stope gubitka klijenata
 - povećanje broja potencijalno novih klijenata
 - povećanje prosječne vrijednosti kupovine
 - povećanje stope zadržavanja kupaca
 - povećanje stope konverzije
 - povećanje broja preporuka
 - povećanje broja prodajnih poziva
 - povećanje unakrsne prodaje
 - itd.

Alati za unapređenje prodaje



- Prednosti korištenja alata za unapređenje prodaje:
 - povećanje performansi prodajnog tima
 - kvalitetnije upravljanje odnosima s klijentima
 - efikasniji i precizniji prodajni procesi
 - praćenje prodajnih rezultata i optimiziranje prodajne strategije.
- Za unapređenje prodaje obično se koriste slijedeći alati:
 - CRM (Customer Relationship Management)
 - analitika prodaje i praćenje performansi
 - digitalni marketing alati (socijalni mediji, e-mail marketing, SEO itd.)
 - prodajni trening i edukacija
 - sistemi za upravljanje zalihama
 - automatizacija prodajnog procesa.
- Važnost odabira 'pravih' alata za unapređenje prodaje.

Strategije za postizanje prodajnih ciljeva



- Prednosti strategije za postizanje prodajnih ciljeva:
 - učinkovito usmjeravanje resursa prema ključnim prioritetima
 - smanjenje nepotrebnog trošenja vremena i resursa preduzeća
 - veća vjerojatnost uspješnog ostvarenja prodajnih ciljeva.
- Za postizanje prodajnih ciljeva koriste se različite strategije:
 - diverzifikacija proizvoda/usluga
 - unapređenje korisničkog iskustva
 - povećanje vidljivosti brenda na tržištu
 - razvoj kvalitetnijih odnosa s postojećim klijentima
 - upotreba efikasnih marketinških taktika.
- Značaj kreativnog razmišljanja i inovacija u pristupu pri realizaciji strategije.
- Fleksibilnost strategije:
 - brz odgovor na tržišne promjene i reakcija na nove prilike ili izazove.

Povećanje vidljivosti brenda na tržištu



- Povećanje vidljivosti brenda na tržištu ključno je za privlačenje novih klijenata, jačanje prepoznatljivosti i izgradnju dugoročne prisutnosti.
 - Zahtijeva kontinuirani napor i prilagodbu strategije.
- Ciljevi za postizanje veće vidljivosti brenda na tržištu:
 - poboljšanje prepoznatljivosti brenda
 - povećanje dosega na društvenim medijima
 - stvaranje relevantnog i korisnog sadržaja koji privlači ciljnu publiku
 - uspostavljanje partnerstava s relevantnim organizacijama ili uticajnim osobama
 - povećati vidljivost putem plaćenog oglašavanja
 - kreiranje poruka i kampanja koje su prilagođene specifičnim interesima i potrebama ciljne publike
 - obezbjediti izvanredno korisničko iskustvo klijentima, kao budućim ambasadorima brenda.

Unapređenje korisničkog iskustva



- Unapređenje korisničkog iskustva ima pozitivan uticaj na prodaju.
- Ciljevi unapređenja prodaje putem poboljšanja korisničkog iskustva:
 - Kreirati cjelovito i pozitivno korisničko iskustvo koje će klijente potaknuti da se identificiraju s vrijednostima brenda.
 - Poboljšati korisničko iskustvo kako bi se postigla veća lojalnost klijenata.
 - Komunicirati s klijentima na personaliziran način, pružajući im relevantne informacije.
 - Potaknuti klijente da kupuju više proizvoda/usluga u jednoj transakciji.
 - Smanjiti vrijeme potrebno za rješavanje upita i pružiti bržu podršku klijentima.
 - Stvoriti intuitivno i korisnički jednostavno okruženje za online kupovinu.
 - Smanjiti broj klijenata koji napuštaju proces kupovine prije nego što završe transakciju.
 - Brzo reagirati na komentare i upite kupaca na društvenim mrežama.

Zaključak



Outcome	Goals	Objective	Metric	Current	Target	Time Frame
Increase the rate of profitable revenue growth by Q2.	Increase rate of revenue growth from 1% to 3% per month	Increase revenue growth per upsell from 1% to 3%	Revenue per upsell per customer	100	112	End of Q4
		Increase upsell attach fraction from 10% to 17%	% customers purchasing upsell	10%	17%	End of Q4
	Decrease cost as % of revenue from 27% to 12%	Decrease Minutes per Case from 15 to 8	Time spent on each case	15	8	End of H1
		Decrease Cost per Minute from 1.9 to 0.9	Fully loaded cost per minute of labor	1.90	0.90	End of Q1



Hvala na ukazanom povjerenju !

► Kontakt:

- lejla.softic@savjetnik.ba
- www.savjetnik.ba