

Sales Effectiveness Tool (SET)

Evalueren en aanscherpen van uw sales activiteiten

Introductie

Werken uw sales inspanningen? Brengen uw account/sales managers de juiste boodschap over? Wat is de impact van een salesbezoek op kennis, houding en gedrag van een (potentiële) klant?

De Sales Effectiveness Tool geeft direct inzicht in de **effectiviteit van de ingezette verkoopinstrumenten**. Werkt de sales pitch, voorziet de sales toolkit in de juiste instrumenten, wordt het 'juiste' verhaal verteld door account-/salesmanagers? Op deze manier kan er actief worden bijgestuurd teneinde zo effectief mogelijk te kunnen opereren.

Voor wie?

Hoewel verkoop effectiviteit zowel in B2B als in B2C markten kan worden gemeten, is het meten in het retail-/tussenkanaal vaak het meest effectief: wat is de impact van de verkoopinspanning op de kennis, houding en het uiteindelijk gedrag van de ontvanger. Dit zowel op de korte termijn alsook op de middenlange en lange termijn. De verkoopeffectiviteit kan zowel op geïsoleerde acties worden gemeten (bv. Crossmediaal ondersteunde sales-campagne of POS-materiaal), alsook op basis van continu onderzoek. In dit laatste geval wordt gemeten op kennis, houding en gedrag in de tijd en zullen deze scores worden afgezet tegen profiel en verkoopcontacten die men heeft gehad (database analyses en -verrijking).

Waarom onderzoek?

Een SET-onderzoek geeft inzicht in de effecten van de diverse ingezette verkoopinstrumenten om te achterhalen in welke mate deze effect sorteren en welke deze effecten zijn. Dit wordt bereikt door het verkoopcontact met de klant te evalueren en te achterhalen wat de redenen zijn voor het (niet) gerealiseerde effect.

Methodiek en doorlooptijd van een SET traject

- Het onderzoekstraject van een SET bevat een serie van korte interviews 15-25 min. Afhankelijk van de markt (B2B of B2C) en de operationalisatie van het begrip sales-effectiviteit worden afnemers/ klanten geïnterviewd (face-2-face of telefonisch) ter evaluatie van de ingezette sales tools.
- Deze, door MORPH ontwikkelde, opzet en aanpak resulteert in een evaluatie en aanscherping van de sales-inzet waardoor het mogelijk wordt een uitgebalanceerde strategie inclusief toolkit te ontwikkelen voor het sales team. Bij dit proces worden ook de boodschap en propositie tegelijkertijd geëvalueerd.
- Een SET traject kent een doorlooptijd van 4-5 weken.

Waarom MORPH Research?

MORPH is een marktonderzoek- en consultancybureau dat in de afgelopen jaren veel SET trajecten heeft uitgevoerd in diverse sectoren.

Meer weten?

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met **MORPH Research**. Telnr: 070-322.69.66