



MERCURI
international

WHITEPAPER

WAAROM OPPORTUNITY MANAGEMENT BELANGRIJK IS

VAN OPPORTUNITEIT TOT ORDER

VAN OPPORTUNITEIT TOT ORDER

“Goed opportunity management leidt tot: ”

1. Meer succes bij het winnen van grote kansen
2. Meetbaar resultaat en snelle ROI
3. Meer systematische planning van kansen, efficiënt gedupliceerd in de hele organisatie
4. Verbeterd bedrijfsresultaat
5. Hogere omzet en winst over grote mogelijkheden

2 van de 3
grote verkoopkansen gaan
gemiddeld verloren

1

OPPORTUNITEITEN, EEN KERNPRIORITEIT

Veel organisaties willen vandaag de dag de slagingskans bij het omzetten van grote kansen in orders verbeteren. Kansen zijn er wanneer er grote volumes of marges op het spel staan, of wanneer er een strategische klant of product bij betrokken is. In de huidige marktsituatie moeten de belangrijkste kansen goed worden beheerd.

2

DE SALES MANAGER WORSTELT

We stelden ons wereldwijde panel van sales managers en managing directors vier vragen over opportunity management, met 329 antwoorden.

De resultaten tonen aan dat een gemiddelde vertegenwoordiger 5-10 grote verkoopkansen per jaar heeft en een slagingspercentage van 1:3 heeft. We keken verder om de high performers te onderscheiden van de achterblijvers.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat high performers zowel minder mogelijkheden hebben als een hoger slagingspercentage dan de middle en low performers. In staat zijn om zich te concentreren op de juiste kansen met de juiste prioriteiten is een van de belangrijkste succesfactoren die high performers succesvol maken.

Op de vraag wat de belangrijkste redenen zijn waarom je deze kansen verliest, zei de overgrote meerderheid: ze zijn verloren gegaan omdat de concurrentie een goedkopere oplossing bood en omdat er geen afstemming met de beslissers was.

Onze ervaring leert ons dat het verlies van kansen wegens goedkopere oplossingen verschillende redenen heeft:

1. De opportuniteitsprioriteiten zijn niet goed vastgesteld
2. De kans was niet reëel
3. Het probleem van de klanten werd niet volledig begrepen
4. De waardepropositie was niet duidelijk gedefinieerd en op een overtuigende manier gepresenteerd.
5. De vertegenwoordiger was niet op de hoogte van de verkoopsituatie.

Het is echter belangrijk om in gedachten te houden dat topprofessionals minder vaak de neiging hadden om de prijs te vermelden als een reden voor het verlies, dan de achterblijvers en zich meer te richten op de waardepropositie.

Vaak worden er geen goede opportuniteitsbeoordelingen uitgevoerd en worden middelen in onrendabele activiteiten gestoken. De sleutel is hoe de juiste opportuniteitsprioriteiten op te stellen en de verkoophefficientie te verzekeren. Uit de gegevens blijkt duidelijk dat de top performers gestructureerde tools gebruiken in het opportunity proces. Door gebruik te maken van eenvoudige opportuniteitsbeoordelingen, mogelijk gemaakt door de huidige technologie, wordt de algemene efficiëntie bij het verkrijgen van kansen verbeterd.

70% verklaarde dat ze verloren omdat de concurrentie een goedkopere oplossing bood.

High performers hebben een duidelijk gedocumenteerd proces voor het winnen van deals, en hulpmiddelen voor elke stap van het proces.

Een andere veel voorkomende valkuil is de verkeerde inschatting van de verkoopsituatie. Hebben de verkopers een diepgaand inzicht in de verkoopsituatie? Kennen zij de houding en de macht van de besluitvormers of in sommige gevallen; kennen zij zelfs alle besluitvormers? Helaas vinden we dit gebrek aan kennis van de verkoopsituatie vrij algemeen en het heeft een zeer negatieve invloed op het vermogen om kansen om te zetten.

3

TOP PRESTEERDERS INVESTEREN

Op basis van een lijst van mogelijke initiatieven om de winratio te verhogen, verklaart 62% van hen regelmatig een “stand van zaken vergadering” te hebben om aan de opportuniteit te werken.

Nochtans hebben high performers vaker een duidelijk gedocumenteerd proces en tools ter beschikking voor elke stap van het proces in vergelijking met low en middle performers.

Veel organisaties willen de slagingskans bij het omzetten van grote kansen in orders verbeteren. Top performers investeren middelen in de juiste prioritering, processen en tools om succes te verbeteren.

40% de gemiste kansen kan worden toegeschreven aan een slechte afstemming met de beslissers

4

CONCLUSIE

Veel organisaties willen de slagingskans bij het omzetten van grote kansen in orders verbeteren. High performers hebben een duidelijk gedocumenteerd proces en beschikken over tools voor elke stap in het proces. Zij stemmen het besluitvormingsproces af op hun interne middelen en voeren de juiste beoordeling en prioritering van de kansen uit. In wezen maken ze gebruik van technologische tools en fundamenteel opportuniteitsbeheer om de winstpercentages te verbeteren en uiteindelijk de winstgevendheid te verbeteren.