

SALES & MARKETING IMPROVEMENT (S.A.M.I.)

In het kort:

Klanten contacteerden ons regelmatig voor een antwoord op de vraag: "levert ons sales team met de huidige marketingboodschap het beoogde resultaat?" Een goede vraag, zo bleek ...het concept dat we bedachten en toepasten overtrof de verwachtingen. (bleek een succesformule te zijn).

Benieuwd waar uw eigen sales team staat? Vul dan nu de self assessment test in ([link](#)) Het S.A.M.I.-concept bestaat uit de volgende 6 fases.

Bekijk eventueel de video via deze link: [S.A.M.I.-concept](#)

AANPAK:

Fase 1 de Intake

We praten met alle niveaus binnen het sales en marketing team (over hun perceptie over de huidige situatie) alsook met de HR manager (over de gevolgde opleidingen.)

Het is voor ons van cruciaal belang om op deze manier een goed beeld te krijgen van het bedrijf, de medewerkers en de klanten.

Fase 2 Observaties op de baan/in het veld en/of in verkooppunten

We zijn aanwezig bij bezoeken aan klanten en prospects. Zo observeren we live de kwaliteit van het verkoopsgesprek en geven nadien feedback over de positieve en de te verbeteren punten.

Fase 3 Inbreng van klanten

Rollenspelen hebben pas een toegevoegde waarde met echte klanten die door jullie zelf gekozen worden. Deze fase wordt erg gewaardeerd omdat de salesreps rechtstreekse feedback ontvangen van hun eigen klanten. Dit geeft ons extra informatie om een goed beeld te krijgen van de kwaliteiten en aandachtspunten binnen het salesteam.

Fase 4 Analyse en Conclusie

De analyse van fase 1,2,3 wordt teruggekoppeld naar de directie en hieruit worden de juiste conclusies getrokken. Vanaf dit moment wordt de S.A.M.I.-aanpak vertaald naar SMART doelstellingen.

Deze doelstellingen zijn de basis voor het opstellen van het training en development plan. Dit plan is er op gericht de gewenste gedragingen en resultaten te bereiken.

Fase 5 Opvolging

Zonder correcte opvolging zal iedereen terugvallen in zijn of haar oude gewoontes. Vandaar het belang dat er diverse opvolg momenten worden ingepland. Dit kan gebeuren op de volgende manieren: een 1-2-1 op kantoor, mee gaan op het terrein, coachen van coaches ... (altijd in overleg met het management).

Fase 6 De uitkomst

Na de implementatie van het plan, kunnen we een nieuwe meting realiseren in overleg met de directie. Deze meting zal op een objectieve manier de verbetering weergeven (vb.ADKAR methodologie). In de rapportage naar de directie kunnen we duidelijk aangeven welke gedragsveranderingen hebben plaatsgevonden.

Vb: zijn uw medewerkers meer strategische partners geworden van uw klanten? Creëren uw medewerkers een veilige omgeving waar de klant zich kan open stellen? ... Dit alles moet leiden naar betere resultaten.

Dit concept bestaat dus uit 6 fases: Fase 1 t.e.m. 4 doen we samen. Vanaf fase 5 bent u vrij om dit plan zelf samen met uw mensen uit te rollen of u verder te laten begeleiden door ons. Dit concept kan ook volledig digitaal worden toegepast.

DOELGROEP

Managers die de skills van hun sales & marketing wensen te verbeteren

DUURTIJD

Afhankelijk van de weerhouden modules en de grootte van de salesforce

AANTAL DEELNEMERS

Aangepast aan de grootte van de salesforce

PLAATS

Naar keuze

- in company
- off site
- online
- alsook fieldcoaching

RICHTPRIJS

Offerte verkrijgbaar na intake gesprek

CONTACTINFORMATIE

E-mail: ingrid@opleidingsmakelaar.be
Telefoon: +32 470 29 28 12
jean-claude.laurent@opleidingsmakelaar.be
Telefoon: +32 478 99 96 29
Website: www.opleidingsmakelaar.be
KMOP erkenningsnummer:
DV.0225280