



Nosta helposti myynti- soittamisen tuottavuutta aikalohkolla

Heikki Matias Luoma
Actional Oy

Nosta helposti myyntisoittamisen tuottavuutta aikalohekolla

Parkinsonin lain mukaan työ täyttää sen suorittamiseen varatun ajan. Lain keksi englantilainen Cyril Northcote Parkinson 1950-luvulla tutkiessaan virkamieskuntaa.

Myyntisoittamiseen sovellettuna laki merkitsee, että soittojen suorittaminen kestää niin pitkään kuin soittoihin on varattu aikaa.

Usein uusasiakashankinnassa asiakassoittoihin varataan pitkä aika. Asiakkaat ovat kertoneet minulle heidän uskon, että kaksi viikkoa on hyvä aika soittaa 20 puhelua.

Kun aikaan on käytettävissä niin aikaa voi käyttää viimeisimmän hauskan kissavideon katseluun youtubesta, kahvitteluun kollegojen kanssa, ystävälle soittamiseen ja moneen muuhun asiaan.

Todellisuudessa myyjä tekee paljon muutakin. Hänen tehtäviään voivat olla mm:

- tutkimukset ja selvitykset
- tarjousten ja esittelyjen kirjoittaminen
- sopimusten kirjoittaminen
- sosiaalisen median kautta tapahtuvat aktiviteetit
- sähköpostien lukeminen ja niihin vastaaminen
- hallinnolliset työt ja raportointi

Kaikki edellä mainituista syö helposti ajan. Soittaminen jää kaiken hänille. Se tehdään viimeksi, jos aikaa vielä on.

Seurauksena asiakkaalle soitetaan vasta kun määräaika on umpeutumassa, mutta joskus viime hetken este estää soittamasta sovittua määrää.

Parkinsonin laista on Horstman laatinut seurauslauseen. Se kuuluu näin: työ supistuu sopiakseen aikaan, joka sille on annettu.

Kahdessa viikossa soitettavaksi suunnitellut puhelut voidaan soittaa luultavasti tunnissa.

Se toteutuu yksinkertaisesti niin, että tunnin ajan pelkästään soitetaan. Ei tehdä muuta. Jos tavoite on 20 soittoa, se merkitsee 3 minuuttia per puhelu.

Jokainen ei vastaa soittoon. Joku toinen vastaa.

Toimialasta, myytävästä tuotteesta ja palvelusta, soiton tavoitteesta ja muusta tilanteeseen vaikuttavista seikoista johtuen soittoja voi olla 10 kpl puolessa tunnissa tai 120 kappaletta päivässä.

Soittamisen tuottavuus nostetaan siten, että soittamiselle varataan päivästä aikalohekko. Silloin ei tehdä mitään muuta kuin soitetaan. Se voi olla 30 minuuttia päivässä. Se voi olla tunti aamupäivällä ja toinen tunti iltapäivällä.

Soitettaessa keskitytään vain soittamiseen. Näppäillään numero, puhutaan jos tulee vastaus, ja puhelimen sulkemisen jälkeen soitetaan toinen puhelu.

Muistiinpanot tehdään paperille kynällä. Ne siirretään myöhemmin CRM:ään tai tehtävälistaan tai muuhun vastaavaan.

Soittamista on valmisteltava. Soittolohkon aikanaan vain soitetaan, joten soittamisen kohteet, puhelinskripti ja puhelinnumero on oltava valmiina esillä. Niitä ei etsitä ja haeta enää kun soitetaan.

Valmistautumista varten on varattava oma aikaloikka. Silloin laaditaan prospektiluettelo. Prospektiluettelo on soitettaessa esillä ja siihen kirjoitetaan kynällä muistiinpanot.

Kun soittolohko on ohitse, on päivitettävä CRM-järjestelmä ja tehtävä muut soittamisesta aiheutuneet toimenpiteet.

Esimerkki tuottavasta uusasiakashankinnan päivästä voisi olla seuraavan kaltainen:

klo 08.00 - 09.00 soittoluettelon laadinta

klo 09.00-10.00 soitot

klo 10.00-11.00 CRM ylläpito

klo 11.00-12.00 sähköpostin luku ja vastaaminen

klo 12.00 - 13.00 lounas

klo 13.00-14.00 hallinnolliset työt, sosiaalinen media, sopimukset, tarjoukset jne

klo 15.00 - 16.00 soitot

klo 16.00 - 16.30 CRM-ylläpito

Kun päivä on tuon kaltainen, saa soitettua noin 20-40 soittoa. Niistä voi 10 - 20 vastata ja myyjä voi käydä myyntikeskustelun. Keskusteluista voi myyjä saada 5 kauppaa, tai myyntikäyntiä tai muuta mikä on soittojen tavoitteena.

Olen vakuuttunut, että tekemällä kuvaamallani tavalla myyntisuppilo täyttyy muutamassa viikossa.

Heikki Matias Luoman kirjoja

Opas tapaamisten sopimiseen puhelimesta

Ehkä sovit myyntitapaamisia puhelimesta itse tai johdat myyntitiimiä, jonka tehtäviin kuuluu sopia tapaamisia puhelimesta?

Silloin Opas tapaamisten sopimiseen puhelimesta on sinulle.



Myyntimallit-opas

Saatko myyntitoiminnasta sen mitä haluat? Jos vastauksesi on ei, niin vika voi olla myyntitoiminnan prosessissa. Kirjoittamani Myyntimallit-opas voi olla avuksi. Tutkin kaikki suosittu myynnin mallit ja kirjoitin niistä muistiinpanot, analysoin ominaisuudet, lisäsin huomioni ja kirjoitin sähköisen kirjan.



Kaupan päättäminen – 69 tapaa päättää kauppa

Olen koostanut 69 erilaista kaupan päättämisen tapaa, joiden toivon antavan kenelle tahansa myyjälle inspiraation omaan kaupan päättämiseen. Oppaan nimi on Kaupan päättäminen - 69 tapaa päättää kauppa ja saada tilaus.



Kirjoittajan opas sähköpostimarkkinoijille, jotka eivät ole kirjoittamisen ammattilaisia

Tiedät että sähköpostimarkkinointimarkkinointi on suosittua ja olet ehkä joskus ajatellut, että sinä tai työnantajasi käyttäisitte s-postia asiakaskontaktointiin. Silloin kirjoittamani "Kirjoittajan opas sähköpostimarkkinoijille, jotka eivät ole kirjoittamisen ammattilaisia" on sinua varten. Saat oppaan ilmaiseksi sähköpostissa. Tietenkin! Kerron oppaassa miten voit laatia...

Kirjat ovat sähköisiä ja ladattavissa verkosta osoitteesta www.actional.fi



Actionalin Katsaus

Actionalin Katsaus on kirjoituksia strategian jalkautuksesta myyntitoimintaan. Usein uusista näkökulmista, joskus ehkä yllättävästi, mutta realistisesti. Lähetän Actionalin Katsauksen otsikot ja linkit kuukausittain sähköpostilla. Pidän maksimitilaajamäärän alle 2500:n ja siksi toivon, että liityt mukaan vain jos todella haluat toimintakelpoisia ideoita ja vinkkejä. Kirjoita sähköpostiosoitteesi alla olevaan kenttään ja [klikkaa ja liityn mukaan!](#)