

Sales Optimization Management™

Öka lönsamheten genom en bättre kvalificering av kunder och kundämne

Försäljningschefen

Freedom2Act Sales Optimization Management™ systemet är ett säljplaneringsverktyg som ger en tydlig överblick av ett företags goda och dåliga kundämne. Med en bättre kvalificering av nya kunder och projekt så får man bättre kunder, ökad försäljning och därmed bättre lönsamhet.

Säljarnas kunskap om kundämnena visas grafiskt och i tabeller, vilket ger en säker, snabb översikt.

Key Account Managern

Freedom2Act Sales Optimization Management™ ger säljaren ett hjälpmedel till att snabbt och systematiskt kvalificera kunder/kundämne och att tydligt se var resurserna skall sättas in.

Efter att ha besvarat ett antal frågor med förutbestämda alternativ för resp. kund om potential, profil, strategiska matchning och chanserna till att få ordern, så kan säljaren genast se, hur de enskilda kunderna rankas i förhållande till varandra, och var det behövs extra insatser.

Säljaren kan då prioritera sin tid på de kunder som har bäst potential och därmed öka sina möjligheter till bättre och lönsammare order.

Uppdaterad och tillgänglig

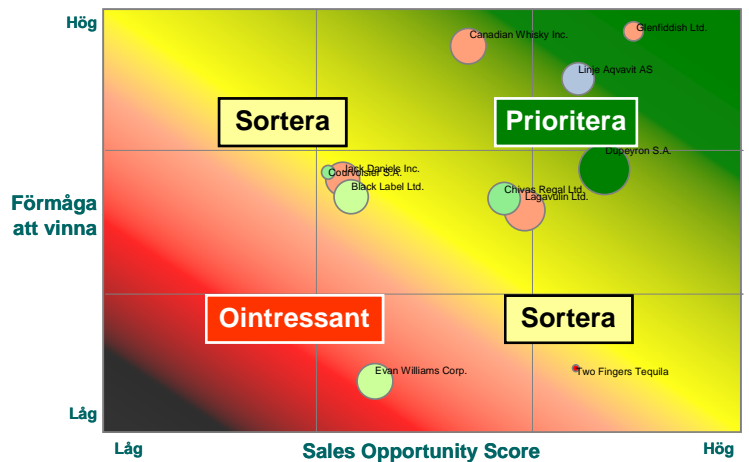
Freedom2Act Sales Optimization Management™ är en web-baserad tjänst. Användaren har alltid en uppdaterad version i sin browser och data överförs till MS Excel och Word. Man slipper bekymret med att installera nya versioner.

Frågorna anpassas lätt till resp. användares behov. Man väljer själv vilka frågor som skall ingå i analysen, liksom att man själv bestämmer var gränsen skall gå mellan Prioriterade, Sorterade och Ointressanta zonen.

Freedom2Act Sales Optimization Management™ stöder bl.a. danska, franska, holländska, svenska och engelska. På fåtal sekunder skiftar man mellan språken.

Sales Opportunity Chart for "business area₁"

MEUR 2.5



Varje cirkel representerar ett kundämne
Storleken är det relativa värde- färgen salgsansvarlig säljaren

Vad säger användarna?

- "Enkel att använda - omedelbara resultat."
- "Bättre kvalificering av kundämnena utifrån objektiva kriterier."
- "Lättare identifiering av de bästa kundämnena."
- "Tydlig utmärkning av de lättplockade frukterna."
- "Fokus Fokus på var säljinsatsen skall sättas in."
- "Snabb utslutning av de många kundämnena, som inte är attraktiva och som ändå inte leder till något."

Kund/prospekt		NN	Kundernas betegnande	Strategisk matchning	Potential	Förmåga att vinna	Total Score	MDKK	*)
✓	Client #05	WHI	20	23	15	25	78	1,3	<input type="checkbox"/>
✓	Client #11	WHI	17	16	21	21	76	1,3	<input type="checkbox"/>
✓	Client #06	FR	22	21	15	19	75	1,8	<input type="checkbox"/>
✓	Client #13	WHI	17	18	20	18	75	6	<input type="checkbox"/>
✓	Client #08	WHI	14	17	19	13	65	3	<input checked="" type="checkbox"/>
✓	Client #19	FR	20	11	21	5	62	3,8	<input type="checkbox"/>
✓	Client #09	COG	21	12	12	18	59	0,3	<input type="checkbox"/>
✓	Client #12	WHI	8	18	15	14	56	1,9	<input type="checkbox"/>
✓	Client #03	WHI	8	18	12	20	56	2,4	<input type="checkbox"/>

Exempel på kundöversikt