Säljchef

Vid ett svenskt B2B-företag

Väger fler affärer mot säljarnas tid, och om teamet faktiskt kommer att använda lösningen.

152 källstödda observationer | **30** källor

Köparundersökningar, forskning, leverantörernas prislistor och fallstudier. Allt kan spåras till källa, population, år och metod.

✦ PROFILENS PRIORITERINGAR

1. Mer kundtid för säljarna, inte fler aktiviteter
2. Affärsutfall före volym
3. Begriplig logik bakom verktyget
4. Att teamet faktiskt använder det

✦ FRÅGA PROFILEN

”Vad måste en pilot visa för att du ska införa det i hela teamet?”

✦ UNDERLAGET, OMRÅDE FÖR OMRÅDE

Antal observationer och ett exempel ur underlaget

Invändningar och hinder	57	Fem av sex säljare sade att CRM-systemet inte prioriterar kunder, utan behandlar alla uppgifter lika. Södertörns högskola · en svensk organisation · 2020
Budget och kostnad	27	Dynamics 365 Sales Professional anges till 621,30 kronor per användare och månad, exklusive moms. Microsoft · svensk prislista · 2026
Köpkriterier	27	Säljare beskriver högre kundkrav på mätbar avkastning och längre beslutstid. Salesforce · säljroller globalt · 2026
Informationskällor	24	67 procent uppgav att de hade använt webben för att hämta information under köpprocessen. Apsis och Novus · 138 svenska köpare · 2014
Mandat och beslutsväg	15	Vid investeringar upp till en miljon kronor deltar oftast två till tre personer i beslutet, däröver fyra till fem. Apsis och Novus · 138 svenska köpare · 2014
Vad som leder till nästa möte	2	En relativt stor andel av köpprocesserna börjar med tips från det personliga nätverket. Apsis och Novus · 138 svenska köpare · 2014

✦ KÄLLOR

Apsis och Novus · Södertörns högskola · Chalmers · Salesforce · Microsoft · Linnéuniversitetet · Lime Technologies