

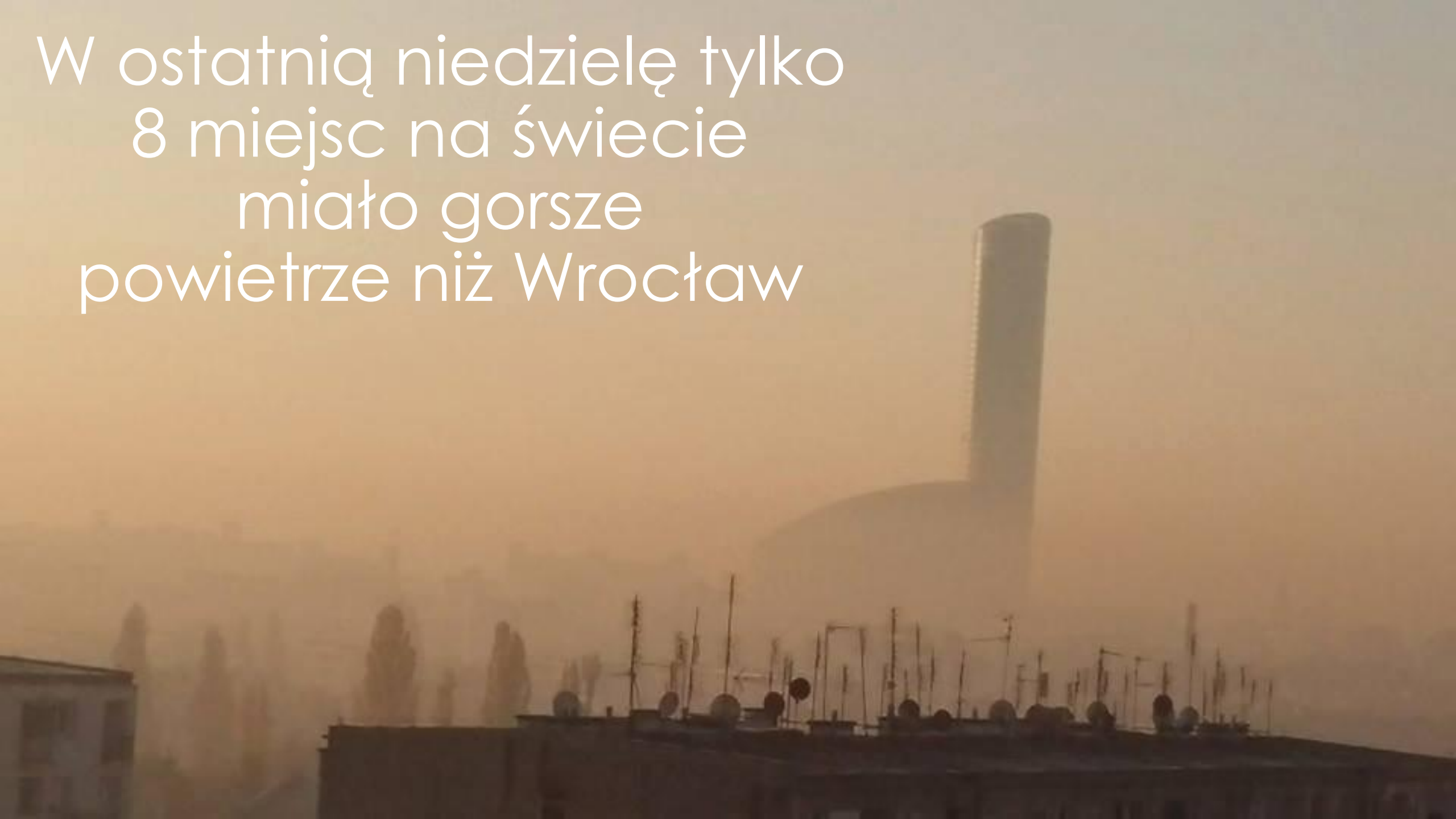
Analityka sprzedażowa,
która działa.

Prezentacja taktyczna.

Bartosz Majewski
CEO & Cofounder



W ostatnią niedzielę tylko
8 miejsc na świecie
miało gorsze
powietrze niż Wrocław



Dwie kwestie na początek:

„Jeśli tego nie mierzysz to
nie możesz tym
zarządzać”

- *Peter Drucker*

„Pierwszy krok do
rozwiązania jakiegokolwiek
problemu to zauważenie, że
coś jest nie tak”

- *Will McAvoy*
The Newsroom

**The
Economist**

MAY 6TH-12TH 2017

Theresa May v Brussels

Ten years on: banking after the crisis

South Korea's unfinished revolution

Biology, but without the cells

The world's most valuable resource



**Data and the new rules
of competition**

Ogromna część dyrektorów
sprzedaży nie zarządza
sprzedażą. Bo jej
dostatecznie nie mierzą.

Omówimy:

Analityka Ilościowa
Analityka Jakościowa
Rola optymizmu
Systemy motywacyjne

*wszystkie wykresy są z mojego pipedrive CRM

Bez tego typu raportów
tylko udajesz, że mierzysz
sprzedaż ilościowo.

Kiedy czekasz
na dobre leady, które
miał dowieźć marketing



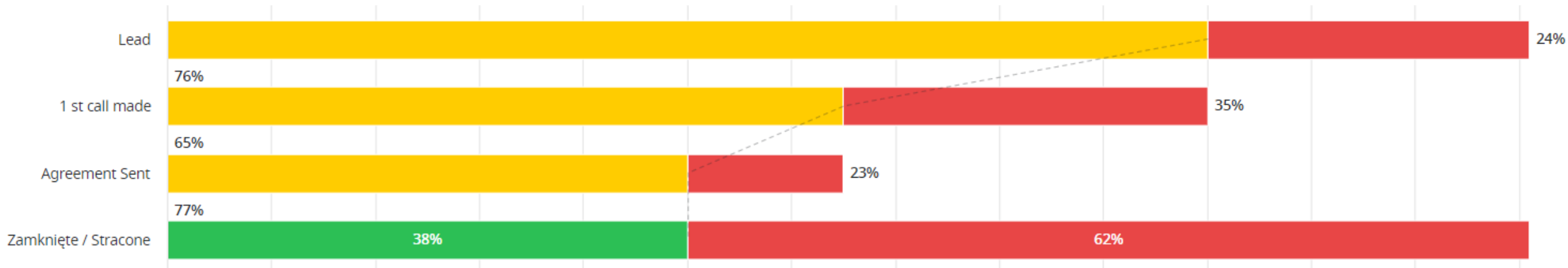
Kiedy handlowcy mają leady ale nie
zamykają



Kiedy CEO ustala z dyrektorem sprzedaży cele
sprzedażowe:

Analiza ilościowa

1. Konwersja do kolejnego etapu



1. Precyzyjnie zdefiniowane momenty przejścia
2. Zostawiać ślady

2. Dlaczego przegrywamy?

[illegible]

3. Przegrywamy z konkurencją czy ze sobą?

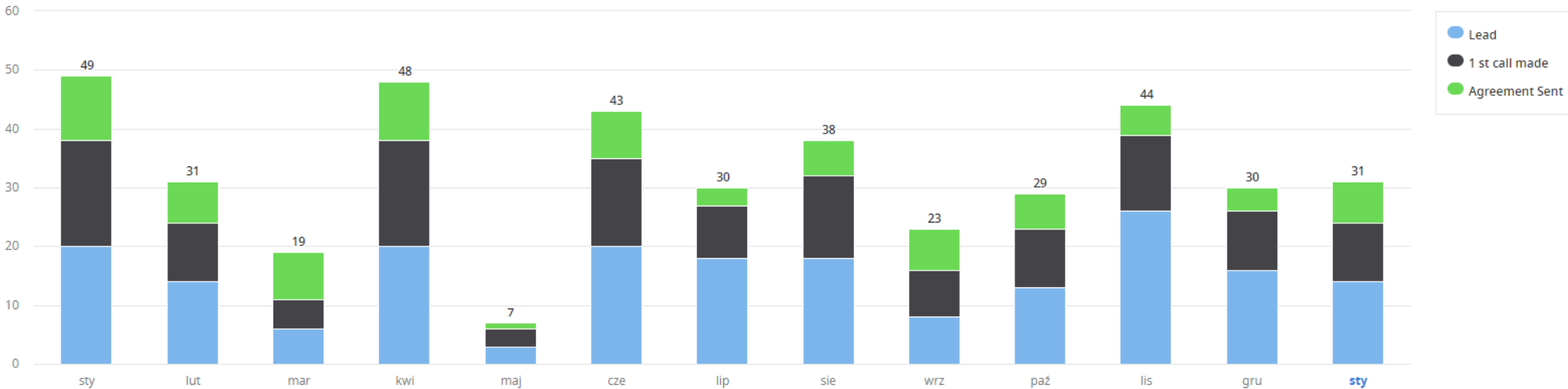
[illegible]

4. Jaki byłby poziom konwersji gdybyśmy nie kwalifikowali leadów?

Powód	sty	lut	mar	kwi	maj	cze	lip	sie	wrz	paź	lis	gru	W zeszłym roku
Wszystkie powody	6	11	6	6	6	9	11	9	4	7	17	8	100
Brak kontaktu	2	1	-	-	4	3	1	2	1	1	4	1	20
Inne (jakie?)	-	4	-	-	-	-	2	-	1	2	6	2	17
Nie jesteśmy w TOP 3 ...	2	-	3	1	1	4	1	1	-	2	1	-	16
Casbeg nie widzi pote...	1	1	-	2	-	1	1	2	-	-	2	1	11
Osoba niedecyzyjna	-	2	2	1	-	-	2	-	-	1	2	-	10
Brak teamu 1x salesa ...	-	2	1	-	-	1	-	1	-	-	1	1	7
B2C	-	-	-	1	-	-	2	2	-	-	-	1	6
Za drogo (jaka cena by...	1	-	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-	5
Model współpracy Cas...	-	1	-	-	-	-	2	1	1	-	-	-	5
Inne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	2
Przegrana z konkuren...	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1

62.5%

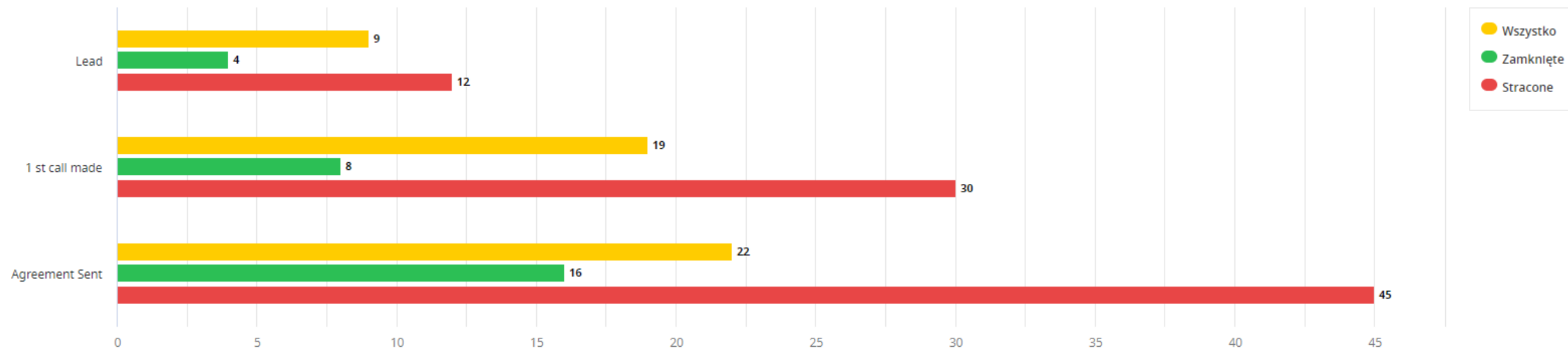
5. Przejścia do następnego etapu



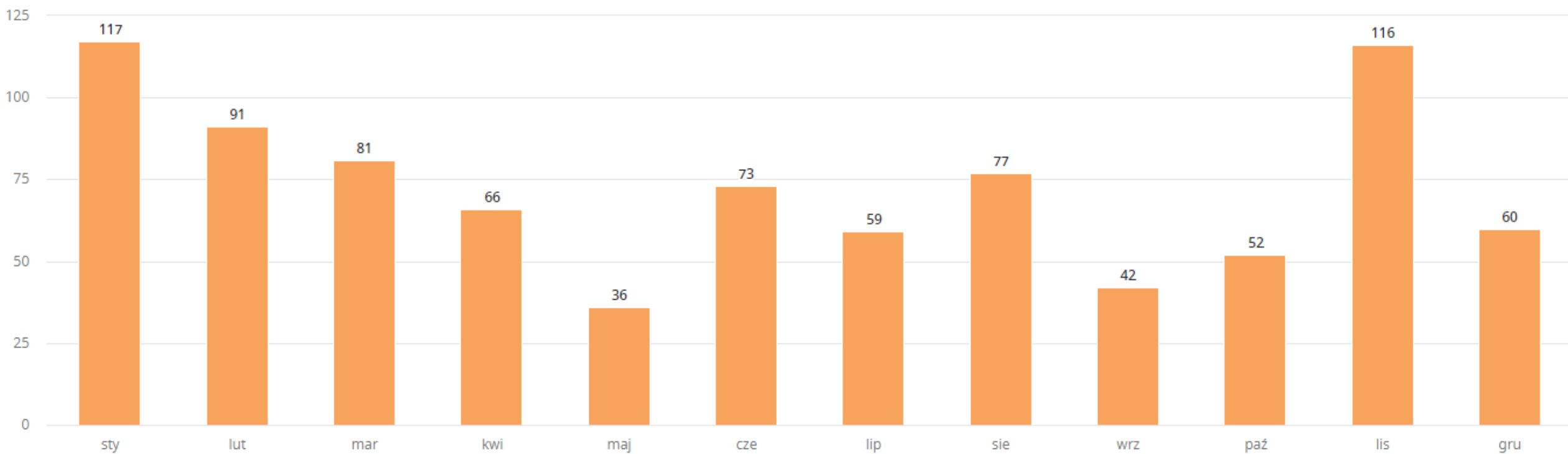
6. Długość cyklu sprzedaży

Średnio 32 dni do zamknięcia szansy sprzedaży

27 dni do zrealizowania, 35 dni do stracenia



7. Aktywności



Wszystko mierzymy:

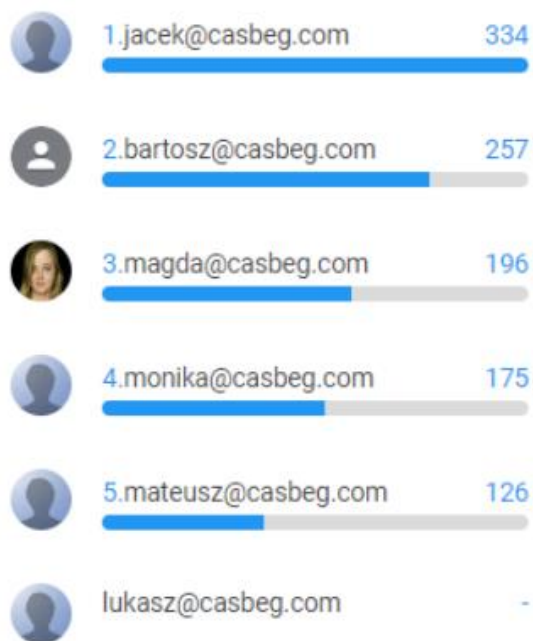
/ Per handlowiec

/ Per źródło leadu

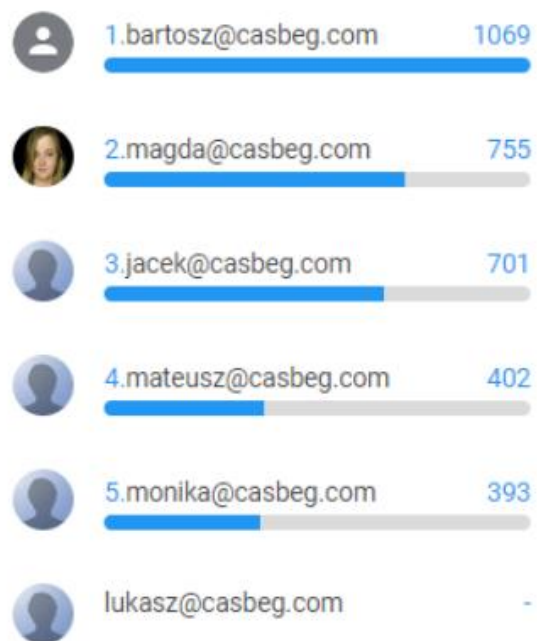
/ Per linia produktowa

8. Bonus: Kto wie jak szybko odpowiada na maile?

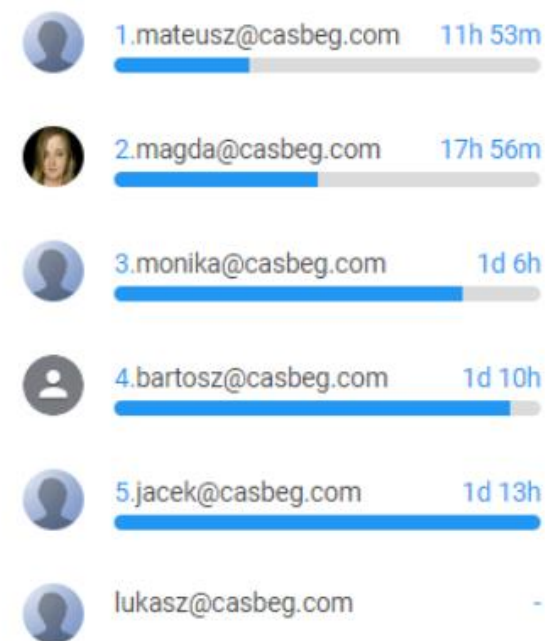
Emails Sent



Emails Received



Avg. Response Time



Bez tego typu raportów
tylko udajesz, że mierzysz
sprzedaż ilościowo.

Dostępność danych:

Jeśli nie możesz czegoś
sprawdzić w 3 minuty to
nie będziesz tego
sprawdzał.

Jak zmierzyć jakość
leadada?

Kiedy czekasz na te
dobre leady, które
miał dowieźć marketing



Po czym poznać dobry lead?

Widoczne wskaźniki:

Ilość pracowników

Stanowisko

Czy nasza grupa docelowa?

Czy e-mail jest służbowy?

Wskaźniki o które warto pytać:

Czy się spieszą?

Czy mają budżet?

Czy mają władzę?

Poziom przychodów/ zysku

Jakie są cechy wspólne
20% najlepszych klientów
twojej firmy?

Jakościowy lead dla

- Firma B2B
- Rozmawiamy z CEO
- Minimum 1 handlowiec i 1 marketingowiec w firmie
- Rentowność (firmy)
- Zewnętrzne finansowanie (startupy)
- Mniej niż 50mln PLN przychodu rocznie

Kto prowadzi analitykę
jakościową w CRM ręka w
górze?

Współpracowaliśmy w 2018 z 60 firmami.

Ile miało dobrze analizować sprzedaż?

- A. 75%
- B. 50%
- C. 25%
- D. 15%

Przestań zapraszać optymizm na zebrania.

*Pierwsza zasada to nie oszukiwać
samego siebie. Jesteś osobą którą
najłatwiej zwieść.”*

- Richard Feynman

Systemy motywacyjne przeszkadzają

Kto?	Bonus od...	Efekt uboczny
Marketingowiec	Leadów	Niska jakość leadów
Handlowiec	Podpisanych umów	Niezapłacone faktury
Obsługa klienta	Brak premii	Duża rotacja, niewielkie zaangażowanie

*“Trudno zmusić kogoś, by
coś zrozumiał, jeśli jego
pensja zależy właśnie od
tego, żeby nie rozumiał.”*

- Upton Sinclair

Zaczniij praktykować analitykę od książek, których (nie) czytasz.

Ostatnie pięć lat mojego czytelnictwa wg. Goodreads:



Dziękuję. Pytania?



Bartosz Majewski
575 566 444

Bartosz@Casbeg.com