



SmartPA, d. o. o.

Iskanje strank z iskalnikom Datafy.it

„ČE IMATE DOVOLJ »GOOGLANJA« IN ROČNEGA ISKANJA STRANK NA DRUŽBENEM OMREŽJU LINKEDIN, OBSTAJA ENOSTAVNEJŠA POT DO VAŠIH NOVIH STRANK IN POVEČANJA PRODAJE..

Postopek iskanja strank v podjetjih običajno poteka tako, da oseba, ki je odgovorna za iskanje strank, preživi ure in ure na LinkedInu, kjer išče prave kontakte, in sicer po položaju v podjetju, velikosti podjetja, industriji ali podobnih podatkih. Kontaktni podatki, kot sta telefonska številka ali e-poštni naslov osebe, seveda manjkajo, kar pomeni, da jih je treba poiskati z Googlom. Vse skupaj predstavlja dolgotrajen, mukotrpen proces, ki ga slovenska podjetja zelo rada prepuščajo študentom ali pa preprosto kupijo poceni baze podatkov. Posledice so seveda nekakovostni podatki in slaba prodaja. Se najdete v opisu?

PRODAJA JE PROCES

Včasih smo si prodajo predstavljali v obliki zgovornega mladeniča ali mladenke, ki lepo oblečena pride na sestanek k stranki, s katero spije kavo, se »nekaj« pogovarja in posel je sklenjen. V resnici je prodaja proces, ki ga lahko grobo opišemo v petih korakih:

- korak: identifikacija potrebe po nekem izdelku ali storitvi;
- korak: primerjanje izdelkov ali storitev med seboj ter iskanje najboljšega posla glede na potrebe in ceno;

- korak: odločitev o nakupu;
- korak: izkušnje z izdelkom ali storitvijo;
- korak: delitev izkušnje z okolico.

Ne glede na to, kakšen prodajni kanal ali tip trga (B2B, B2C) si izberemo, bo stranka v prodajnem procesu vedno sledila tem petim korakom. Seveda sledi logično vprašanje: »Kako pa naj ljudi opozorim na svoj izdelek ali storitev, da sploh začnejo razmišljati o nakupu?«

PRODAJNI KANAL IN STATISTIKA

Kot smo prej omenili, da je prodaja proces, prav tako drži, da je prodaja igra statistike. Če potencialne stranke iščete »na roke« na profesionalnem družbenem omrežju LinkedIn ali s spletnim iskalnikom Google, je običajna hitrost pridobivanja kontaktov do deset kontaktov na uro. Če to počnete po štiri ure na dan vsaj pet dni v tednu, boste do konca tedna prilezli na 200 kontaktov, ki jih boste lahko nagovorili. Poglejmo si še statistiko, koliko potencialnih strank lahko pridobimo, če po navedenem kanalu nagovarjamo 800 kontaktov, kar predstavlja štiri tedne iskanja kontaktov po zgornjem izračunu:

- LinkedIn: 21 potencialnih strank.
- Prodaja po e-pošti: 42 potencialnih strank.

- Telefonska prodaja: 18 potencialnih strank.
- V najboljšem primeru boste tako med 800 kontakti našli 81 potencialnih strank, približno štirim pa boste tudi prodali. Ni veliko, a ne?

IZBOLJŠANJE PRODAJE

V osnovi je rešitev problema glede izboljšanja prodaje presenetljivo enostavna – povečati je treba število kontaktov, ki jih obdelujemo znotraj posameznega prodajnega ali trženjskega kanala, in izbrati takšne profile potencialnih strank, pri katerih smo najbolj uspešni.

V obeh primerih je tovrstne cilje najlažje doseči z iskalnikom poslovnih kontaktov Datafy.it, ki vam omogoča, da v roku ene ure najdete nekaj 100 ali celo nekaj 1.000 kontaktov, in sicer po industriji, položaju osebe v podjetju v več kot 100 državah po svetu. Kontakti pa so opremljeni z vsemi bistvenimi podatki, tudi s telefonsko številko podjetja in preverjenim e-poštnim naslovom osebe, ki vam omogočajo, da pridobljene kontakte takoj uporabite v svojem prodajnem procesu. Prav tako lahko pridobljene kontakte enostavno uvozite v svoje najljubše orodje CRM ali pa orodje za e-poštno trženje. (P. R.)

Spletni iskalnik poslovnih kontaktov

Uporabite kodo **DATAFY10** za 10% popust pri nakupu.

T: 01 244 77 52 | E: igor@datafy.it

www.datafy.it