LEAN IN SALES

När du hör ordet "Lean" tänker du kanske på Toyota. Men att tänka Lean är inte bara något för bilindustrin. Det kan användas i hela värdekedjan och i alla sektorer. Lean handlar om att alltid fundera på hur man tänker och jobbar, och hur man kan bli lite bättre dag för dag.

Foto: Frigoscandia

SAMMA KRAV

Många branscher präglas av tuffare konkurrens, produkter som liknar varandra och identiska tekniska förutsättningar. Trots det är kraven på oss som företag desamma. Vi ska öka försäljningen på kort och på lång sikt.

"CRM handlar egentligen om försäljning – säljare ska sälja.

Hur ska vi arbeta för att tjäna mer pengar?", säger Marius Dybdahl, Sales Director på Bring.

"CRM handlar egentligen om försäljning – säljare ska sälja. Hur ska vi arbeta för att tjäna mer pengar?", säger Marius Dybdahl, Sales Director på Bring.

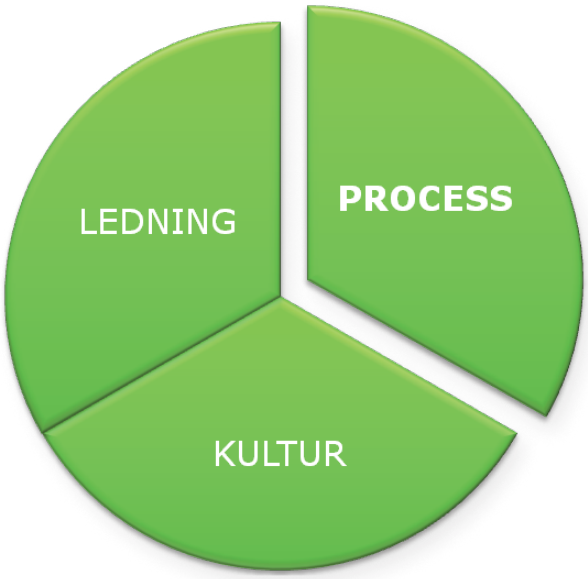
Förbättringshjulet är en del av vardagen hos Bring.

Målet är att öka kundnyttan och minska aktiviteter som inte är nödvändiga.

Ett sätt är att använda förbättringshjulet. Hur kan vi hela tiden förbättra processen? Finns det något vi gör som inte är nödvändigt och som inte tillför något extra värde för kunden.

SEGMENTERING

Ett kärnområde i Lean är att definiera arbetsprocesser. Bring har några grundläggande processer inom kund och marknad.



Ett av kärnområdena i Lean är att definiera processerna för hur man ska jobba.

En grundprocess är segmentering. Kunderna delas upp utifrån vilka behov och vilken potential de har. Med indikatorer i Caesar CRM 2010 blir det väldigt tydligt vilket segment en kund tillhör.

BEARBETNING

”Bearbetning är en annan grundprocess, som utifrån vilken fas kunden befinner sig beskriver hur vi ska agera och vad vi ska göra i olika kundsituationer. Vi har en vilja att bli lite bättre, och jag kan se att vi är på väg”, säger Marius Dybdahl.

KUNDHJULET

Olika kundfaser erbjuder olika möjligheter till försäljning. Ibland är det fokus på nyförsäljning, och ibland på kors- eller merförsäljning. Om förhållandena förändras gäller det att få signalerna så tidigt som möjligt. Win-back, det vill säga att försöka få en kund som är på väg att lämna att tänka om kräver både timing och tillgång till rätt information.

”Om du inte vet varför en kund lämnar så har du ett problem”, säger Marius Dybdahl.

SÄLJPROCESSEN

I säljprocessen är olika avdelningar ansvariga för olika steg. Beroende på vad som ska göras i varje steg behövs olika mycket information. Med faser i Caesar CRM 2010 visas bara den information som är relevant i varje fas, och det gör det systemet följer processen ännu mer anpassat efter hur Bring jobbar.

GEMENSAM KUNDBILD

Alla processer kretsar kring kunden. Tillsammans ger det en tydlig bild av var man står, vad som är gjort och vart man är på väg.

”Att alla har en gemensam bild av kunden kan vara det som skiljer dig från konkurrenterna”, säger Marius Dybdahl.

LEAN IN SALES

Målet med Lean in Sales är en kontinuerlig förbättring i säljarbetet.

”Vårt mål är att gå från reaktiv till kreativ”, säger Marius Dybdahl.

I ETT NÖTSKAL

- Lean kan användas i hela värdekedjan och i alla sektorer
- På Bring handlar CRM om försäljning
- Genom att fokusera på att öka kundnyttan och minska onödiga aktiviteter blir Bring hela tiden lite bättre

SuperOffice Caesar CRM

SuperOffice Business Solutions utvecklar, säljer och implementerar Caesar CRM, och är en del av SuperOfficegruppen.
För mer information om SuperOffice Caesar CRM kontakta oss på caesarcrm@superoffice.se.

Bro Success Stories: Bring - Caesar Forum 2010/ SE V1.01 - 02/2011