STOF

Commerciële strategie op één pagina.

Zeven keuzes, in deze volgorde. De stappen bouwen op elkaar voort; nieuwe inzichten kunnen een eerdere keuze aanscherpen. Vat de belangrijkste keuzes op één pagina samen en bewaar de analyses apart.

Voor je begint: wat moet de strategie opleveren?

Waar staan we nu? (omzet, marge, klantbehoud)

Wat moet er de komende 12 maanden commercieel veranderen? (hoofddoel)

Welk deel uit bestaande klanten, welk deel uit nieuwe?

Welke capaciteit en welk budget hebben we?

STAP 1

Wat er al is

- Wie waren onze beste klanten van de afgelopen twee jaar (marge, korte verkoopcyclus, weinig gedoe)?
- Waarom kozen ze voor ons, in hún woorden?
- Wat leren verloren offertes en vertrokken klanten? Welke klanten hebben herhaal- of uitbreidingspotentieel?

STAP 2

Ideale klant

- Type organisatie, omvang en sector
- In welke situatie, en op welk moment wordt het probleem urgent?
- Welke gewenste klanten bereiken we nu te weinig? Wat kunnen we goed én rendabel leveren?

STAP 3

Waarmee we winnen

- Tegenover welk alternatief? (concurrent, zelf doen, niets doen)
- Onze belofte, en het bewijs

STAP 4

Prioriteiten

- 3 tot 5 dingen die dit jaar anders moeten, elk gekoppeld aan het hoofddoel en met een eigenaar
- Wat we bewust níet doen

STAP 5

Kanalen en rollen

- Koopproces: wie ervaart het probleem, wie beïnvloedt en beslist, waar zoekt de klant, welk bewijs is nodig? Welke kanalen volgen daaruit?
- Overdracht: wat is een goede lead, wie volgt hem op, en wie bewaakt de klantbelofte na de verkoop?

STAP 6

Eén verhaal

- Voor wie · welk probleem · waarom wij · wat het oplevert · bewijs
- Waar staat het al, waar nog niet? (website, deck, offerte)
- Kunnen marketing, sales en uitvoering dezelfde belofte uitleggen én waarmaken?

STAP 7

De komende 90 dagen

- Per prioriteit: resultaat, eigenaar, 2 tot 3 acties, middelen, meetpunt en datum, bijsturing (zie blad 2)
- Vast moment per maand om te kijken wat er gebeurd is

✓

De toets

- [ ] Kan de accountmanager dit kort uitleggen?
- [ ] Sluit het klanten en activiteiten uit?
- [ ] Heeft elke prioriteit een eigenaar, een meetpunt en een datum?
- [ ] Is het haalbaar met capaciteit en budget, en kunnen we de klantbelofte waarmaken in levering en service?
- [ ] Weten marketing, sales en uitvoering wat een goede lead en overdracht is?

Samen kijken waar het vastloopt? Plan een gratis Tafelgesprek van 45 minuten: stoftotgroei.nl/tafelgesprek

© STOF tot groei · vrij te gebruiken

STOF

Actieoverzicht: de komende 90 dagen.

Eén rij per prioriteit uit stap 4. Maak onderscheid tussen een uitgevoerd contactmoment en een commercieel resultaat. Binnen negentig dagen kan ook een aanname worden getoetst of een verkoopkans worden gekwalificeerd.

Prioriteit	Resultaat na 90 dagen	Eigenaar	2 of 3 acties	Middelen (tijd, capaciteit, budget)	Meetpunt en datum	Bijsturing: doorgaan, aanpassen of stoppen?

Samen kijken waar het vastloopt? Plan een gratis Tafelgesprek van 45 minuten: stoftotgroei.nl/tafelgesprek

© STOF tot groei · vrij te gebruiken