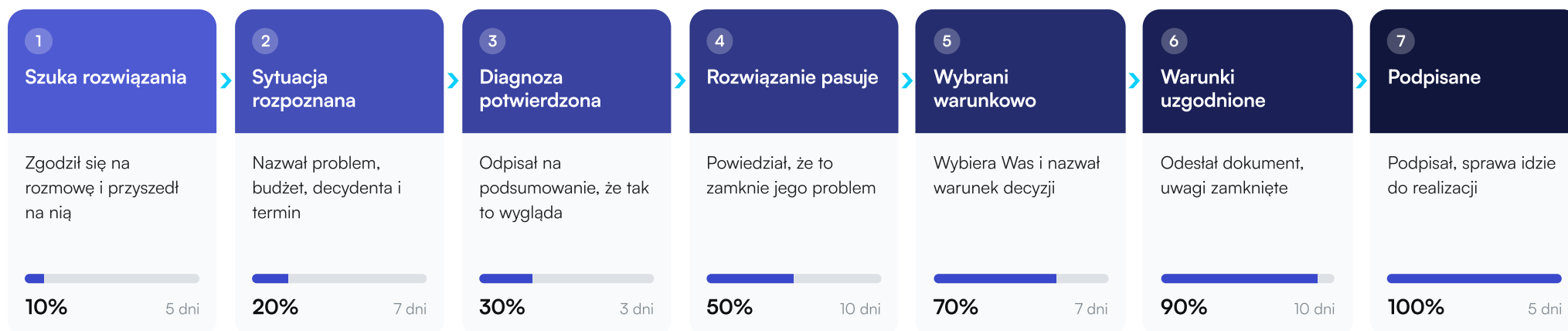


BLUEPRINT PROCESU SPRZEDAŻY

Proces sprzedaży B2B w siedmiu etapach

Sprawa idzie w prawo. Każda kolumna jest nazwana tym, co potwierdził klient, a nie tym, co zrobił handlowiec — dlatego nie ma tu etapu „Wysłana oferta”: ofertę można wysłać komukolwiek i kiedykolwiek. Pasek pod nazwą to waga w prognozie, liczba obok niego to czas, po którym warto zapytać, co się dzieje.



Trzy kolumny, które w praktyce zwykle są fikcją

01

Kolumna, z której nikt nie wypada

Etap nazywa się „kwalifikacja”, a w całym kwartale nie ma ani jednej sprawy przegranej przed wysłaniem oferty. Wtedy kwalifikujecie każdego, kto odbierze telefon, a decyzja o odpuszczeniu zapada później i po cichu.

02

Kolumna, w której stoi połowa lejka

Zwykle „wysłana oferta”. Nie ma warunku wyjścia, bo warunek dotyczył Waszej czynności, która już się wykonana. Sprawy stoją tam miesiącami i cały czas liczą się do wartości lejka.

03

Kolumna bez potwierdzenia klienta

Jeśli przesunięcie sprawy zależy od dyscypliny handlowca, a nie od maila albo zdania od klienta, to nie jest proces, tylko umowa społeczna. Rozsypie się w pierwszym gorącym tygodniu.

To jest przykład, nie szablon do przepisania. Układ pochodzi ze sprzedaży usług wdrożeniowych B2B: decyzja zapada w dwie do sześciu rozmów, kupuje właściciel albo szef sprzedaży, wdrożenie startuje po podpisie. Twój lejek będzie inny, bo Twoi klienci kupują inaczej. Przenosi się forma kolumny: nazwa opisująca reakcję klienta, sposób sprawdzenia i jedna liczba.

1

Szuka rozwiązania

Klient szuka rozwiązania

ETAP 1 Z 7

10%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

Znasz firmę, osobę i powód kontaktu.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Klient zauważył, że coś u niego nie działa, i zgodził się o tym porozmawiać.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Klient potwierdził termin i rozmowa rozpoznawcza się odbyła.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Wysłaliśmy maila i czekamy.” Brak odpowiedzi nie jest zgodą na rozmowę. Potwierdzony termin, na który klient nie przyszedł, też nie.

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Przyjęte zaproszenie w kalendarzu i notatka z odbytej rozmowy.

CZAS DOCELOWY

5 dni

PRÓG ROTACJI

14 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

- deal.source

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Zapisać powód kontaktu w polu „Problem, który klient chce naprawić”

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- Liczba nowych szans w podziale na źródło
- % szans z potwierdzonym terminem rozmowy

POWODY STRATY

- Brak odpowiedzi
- Nie nasz profil klienta

AUTOMATYZACJE

- auto_kwalifikacja_inbound

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

Nie wpuszczaj tu szans z polecenia, które od razu proszą o ofertę. Te wchodzi na etap „Klient uznał, że to może zamknąć jego problem” z zaznaczonym źródłem.

2 Sytuacja rozpoznana

Klient nazwał problem, budżet i termin

ETAP 2 Z 7

20%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

To samo, co kryterium wyjścia z poprzedniego etapu. Proces jest maszyną stanów, więc ten warunek zapisuje się raz.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Klient powiedział, co chce naprawić, kto o tym decyduje, ile na to ma i do kiedy.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Znasz cztery rzeczy z ust klienta: problem, budżet, osobę decydującą i termin uruchomienia.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Klient jest zainteresowany.” Nie da się tego sprawdzić ani powtórzyć, więc dwóch handlowców zapisze pod tym dwie różne sytuacje.

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Klient sam podał nazwisko osoby, która podpisuje, i datę, do której chce mieć to uruchomione.

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

To jedyny etap, na którym wypada odpuścić szansę bez straty twarzy. Jeśli w całym kwartale nikt tu nie wypadł, ten etap jest dekoracją i trzeba na to spojrzeć osobno.

CZAS DOCELOWY

7 dni

PRÓG ROTACJI

21 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

- deal.problem_glowny
- deal.decydent
- deal.termin_uruchomienia
- organization.branza

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Wpisać odpowiedzi na cztery pytania do pól szansy, nie do notatki

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- % szans z wypełnionymi czterema polami
- % szans odrzuconych na tym etapie i powód

POWODY STRATY

- Brak budżetu
- Brak decyzyjności
- Zły moment
- Nie nasz profil klienta

AUTOMATYZACJE

3 Diagnoza potwierdzona

Klient potwierdził, że rozumiesz jego sytuację

ETAP 3 Z 7

30%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

To samo, co kryterium wyjścia z poprzedniego etapu. Proces jest maszyną stanów, więc ten warunek zapisuje się raz.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Klient przeczytał Twoje podsumowanie rozmowy i napisał, że tak to u niego wygląda.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Klient odpisał na podsumowanie twierdząco albo naniósł poprawki, które przyjąłeś.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Wysłaliśmy podsumowanie.” Wysłanie nie jest potwierdzeniem, a milczenie klienta też jest odpowiedzią.

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Mail od klienta z potwierdzeniem albo z poprawkami. Da się go otworzyć i pokazać.

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

Ten etap zastępuje „przygotowanie oferty”. Oferta pisana bez potwierdzonego rozumienia sytuacji wraca z uwagami do zakresu, a nie do ceny, i wtedy cały cykl robi się od nowa.

CZAS DOCELOWY

3 dni

PRÓG ROTACJI

7 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Wysłać podsumowanie rozmowy z pytaniem, czy dobrze to zapisałeś

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- % podsumowań, na które klient odpisał
- Dni od rozmowy do potwierdzenia

POWODY STRATY

- Rozminięcie oczekiwań
- Brak odpowiedzi

AUTOMATYZACJE

- auto_podsumowanie_rozmowy
- auto_alert_bez_potwierdzenia

4 Rozwiązanie pasuje

Klient uznał, że to może zamknąć jego problem

ETAP 4 Z 7

50%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

Wejście skrótem: szansa z polecenia z gotową, nazwaną potrzebą wchodzi tutaj bez etapów 1—3. Normalne wejście to kryterium wyjścia z etapu „Diagnoza potwierdzona”.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Klient zobaczył proponowane rozwiązanie i powiedział, że widzi, jak to rozwiązuje jego problem.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Klient powiedział wprost, że rozwiązanie odpowiada na jego problem. Wiesz, kto to powiedział, kiedy i przy kim.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Wysłaliśmy ofertę.” Ofertę można wysłać komukolwiek i w dowolnym momencie, więc sam fakt wysłania nie mówi o postępie sprawy nic. To jest etap, na którym w większości lejków zalegają szanse bez kontaktu od miesiący.

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Zdanie klienta zapisane w notatce z datą i nazwiskiem. Menedżer może zadzwonić do klienta i zapytać o to samo jednym pytaniem.

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

Tu wchodzi szansa z polecenia, które od razu proszą o ofertę. Zaznacz źródło „Polecenie”, żeby konwersja góry lejka została prawdziwa. Nie przeprowadzaj ich sztucznie przez etapy 1—3.

CZAS DOCELOWY

10 dni

PRÓG ROTACJI

21 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

- deal.value

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Zapisać w notatce, kto i kiedy potwierdził dopasowanie

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- Dni od pierwszej rozmowy do tego potwierdzenia
- % szans, które przeszły z poprzedniego etapu

POWODY STRATY

- Rozwiązanie nie pasuje
- Za drogo
- Odłożone na później

AUTOMATYZACJE

- auto_alert_martwy_deal

5 Wybrani warunkowo

Klient uznał Cię za najlepszą z opcji

ETAP 5 Z 7

70%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

To samo, co kryterium wyjścia z poprzedniego etapu. Proces jest maszyną stanów, więc ten warunek zapisuje się raz.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Klient powiedział, że wybiera Was, i nazwał warunek, który musi być jeszcze spełniony.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Klient nazwał warunek decyzji (cena, termin, zakres, zgoda wewnętrzna) i powiedział, że poza nim decyzja jest podjęta.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Klient mówi, że jesteśmy najlepsi.” Bez nazwanego warunku i bez wiedzy, z kim jeszcze rozmawia, to jest uprzejmość, a nie etap.

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Klient sam powiedział, z kim jeszcze rozmawiał albo że z nikim, i co musi się jeszcze u niego zgodzić.

CZAS DOCELOWY

7 dni

PRÓG ROTACJI

21 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

- deal.warunek_decyzji
- deal.konkurencja

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Wpisać warunek decyzji i z kim klient jeszcze rozmawia

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- % szans, w których znasz konkurencję
- Średni czas na etapie

POWODY STRATY

- Wybrał konkurencję
- Zrobią to sami
- Brak zgody wewnętrznej

AUTOMATYZACJE

- auto_alert_martwy_deal

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

Jeśli nie umiesz nazwać warunku decyzji, szansa jest jeszcze na etapie poprzednim. Przesunięcie jej tutaj zawyży prognozę o pełną wartość.

6 Warunki uzgodnione

Klient uzgodnił cenę, zakres i termin

ETAP 6 Z 7

90%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

To samo, co kryterium wyjścia z poprzedniego etapu. Proces jest maszyną stanów, więc ten warunek zapisuje się raz.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Warunki są ustalone na piśmie i czekają tylko na formalności.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Klient odesłał dokument z uwagami albo bez, a uwagi są zamknięte.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Umowa jest u klienta.” Dokument leżący u klienta bez odpowiedzi nie jest uzgodnieniem warunków.

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Odesłany dokument albo mail akceptujący cenę, zakres i datę startu.

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

Zmianę ceny zapisuj w polu, nie w opisie szansy. Inaczej po roku nie policzysz, ile oddajecie w negocjacjach, a to jest jedna z niewielu liczb, które da się poprawić w kwartał.

CZAS DOCELOWY

10 dni

PRÓG ROTACJI

21 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

- deal.zakres
- deal.cena_po_negocjacji

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Zapisać cenę po negocjacji w osobnym polu, nie nadpisywać wartości

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- W ilu szansach zmienia się cena i o ile
- Dni od uzgodnienia warunków do podpisu

POWODY STRATY

- Nie doszło do porozumienia
- Wycofał się

AUTOMATYZACJE

—

7 Podpisane

Klient podpisał

ETAP 7 Z 7

100%

WAGA PROGNOZY

WARUNEK WEJŚCIA

To samo, co kryterium wyjścia z poprzedniego etapu. Proces jest maszyną stanów, więc ten warunek zapisuje się raz.

DEFINICJA: CO JEST PRAWDĄ, GDY SZANSA TU STOI

Umowa jest podpisana, a sprawa przekazana do realizacji.

KRYTERIUM WYJŚCIA: CO POTWIERDZIŁ KLIENT

Podpis obu stron i przekazanie do realizacji z ustaloną datą startu.

ZŁY PRZYKŁAD WYJŚCIA: CO NIE WYSTARCZA

„Klient obiecał podpisać w tym tygodniu.”

JAK TO SPRAWDZISZ BEZ WIARY W SŁOWO HANDLOWCA

Podpisany dokument w aktach szansy.

WSKAZÓWKA DLA ZESPOŁU

Zamykaj szanse tego samego dnia. Szanse domykane zbiorczo na koniec miesiąca psują pomiar długości cyklu i nikt tego potem nie odkręci.

CZAS DOCELOWY

5 dni

PRÓG ROTACJI

10 dni

WŁAŚCICIEL

Handlowiec

POLA OBOWIĄZKOWE

- deal.value

ZADANIA OBOWIĄZKOWE

- Zamknąć szansę jako wygraną tego samego dnia
- Przekazać sprawę do realizacji

CO Z TEGO ETAPU CZYTASZ

- Skuteczność w podziale na źródło
- Długość całego cyklu od pierwszej rozmowy do podpisu

POWODY STRATY

—

AUTOMATYZACJE

- auto_przekazanie_do_realizacji

**Grzegorz
Zawłodziński**

POROZMAWIAJMY

Twój lejek będzie wyglądał inaczej niż ten przykład

Trzydzieści minut wystarczy, żeby przejść przez Wasze etapy i powiedzieć, które z nich da się potwierdzić po stronie klienta, a które są kolumną, w której odkłada się decyzje. Patrzę na Wasze dane z CRM-a, nie na teorię.

Jeśli wolisz najpierw napisać, prześlij swój lejek. Odpiszę, co bym w nim zmienił i w jakiej kolejności.

Zarezerwuj 30 minut na rozmowę →

albo napisz na grzesiek@zawlodzki.pl

Grzegorz Zawłodziński

Konsultant CRM i AI dla sprzedaży B2B • Wellbiz sp. z o.o.

