

Modul S4

Vânzări

Monitorizarea Metricilor



S4: Obiectivele Modulului de Monitorizare a Valorii Vânzărilor

La sfârșitul acestui modul:

- *Participanții vor ști ce este o valoare a vânzărilor și vor putea identifica 4*
- *Participanții vor cunoaște diferența dintre valorile vânzărilor și KPI*
- *Participanții vor ști ce este un instrument CRM și cum să îl utilizeze*

S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Modul S5

Pregătire: 30 minute

Cum știi dacă întreprinderea socială are succes?

Prin ce moduri se poate măsura acest lucru?



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Înainte de a vă lansa întreprinderea socială, trebuie să știți cum să vă măsurați succesul și să urmăriți dacă vă atingeți obiectivele.



În întreprinderile mici și în multe start-up-uri, cele mai frecvente măsurători de afaceri sunt acela de creștere și scădere a **fluxului de numerar**, numărul de **clienți** atinși și costul **cheltuielilor generale**.



S4: Monitorizarea Valorii Vanzărilor

Punctul de plecare fundamental al măsurării succesului este să începeți să gândiți în **metrici**.

Pentru a măsura în mod eficient progresul, este vital să aveți metrici clare, strategice și instrumente puternice de colectare și raportare a datelor.

Fără numere, faci doar presupuneri. Urmărirea datelor despre valori este o măsurătoare condiționată care necesită o atenție constantă și consecventă.



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Stabilirea unor ținte măsurabile este o modalitate excelentă de a vă monitoriza creșterea.

Valorile nu se referă doar la vânzări și venituri, ci și la monitorizarea propriilor obiective și la urmărirea progresului, oferind în același timp alte informații esențiale de afaceri.

Gândește-te la ceea ce încerci să obții cu întreprinderea ta socială.

<https://www.socialenterprise.org.uk/what-is-it-all-about/>

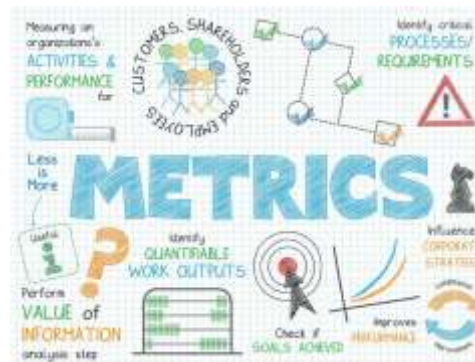


S4: Monitorizarea Valorii Vanzărilor

Întreprinderile sociale sunt afaceri care schimbă lumea în bine. Ca și afacerile tradiționale, ele își propun să obțină profit, dar ceea ce fac cu profiturile lor este ceea ce îi deosebește – reinvestirea sau donarea lor pentru a crea schimbări sociale pozitive. Întreprinderile sociale sunt în comunitățile noastre și pe străzile noastre – de la cafenele și cinematografe, la pub-uri și centre de agrement, bănci și companii de autobuze.

https://youtu.be/Ly1xnf6Kx_s

<https://www.socialenterprise.org.uk/what-is-it-all-about/>



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Economy

47%

of social enterprises
are under five years old



44%

of social enterprises
grew their turnover
over the last year



74%

made a profit or broke
even last year



66%

of social enterprises
introduced a new product
or service in the last year



Society

47%

of social enterprises
are led by women



72%

of social enterprises said
that they were a Living
Wage employer



31%

of social enterprises
have directors from
Black, Asian and Minority
Ethnic backgrounds



22%

of social enterprises
operate in the most
deprived areas of the UK



Environmental

84%

of social enterprises
believe that buying
products that are
socially responsible and
environmentally friendly
is as important – or more
important – than cost



20%

of social enterprises are
addressing the climate
emergency as part of
their core social/
environmental mission



67%

of social enterprises have
or plan to embed tackling
climate change/climate
emergency into their
constitution/articles
of association



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Valori de vânzări vs KPI-uri de vânzări.

Poate fi ușor să confundați valorile vânzărilor ca pur și simplu KPI, dar gândiți-vă la geometria școlii când ați descoperit că toate pătratele sunt paralelograme, dar nu toate paralelogramele sunt pătrate.

E timpul să aplici asta în afaceri - de ce? Pentru că, în esență, KPI-urile și valorile au o relație similară. Toți KPI-urile sunt indicatori, dar nu toți indicatorii sunt KPI-uri.



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Valori de vânzări vs. KPI-uri de vânzări.

Deși sunt legate, valorile vânzărilor și indicatorii cheie de performanță (KPI) nu sunt la fel.

Valorile de vânzări măsoară **performanța și activitățile legate de vânzări** ale unui individ, echipă sau companie **pe o perioadă de timp**.

KPI-urile sunt un tip de metrică utilizată pentru a măsura performanța în raport cu obiectivele strategice.

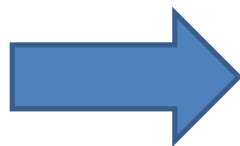
<https://www.brightgauge.com/blog/understanding-kpis-and-metrics>



S4: Monitorizarea Valorii Vanzărilor

Valorile de performanță a vânzărilor sunt puncte de date care vă pot ajuta să vedeți dacă ceea ce faceți funcționează.

Valorile de performanță sunt, în general, folosite pentru a face organizațiile mai eficiente și pentru a îmbunătăți **„Sunt interesat de ceea ce faci”** la **„Mă bag”**.



**OK,
I'm in...**



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Valori Pipeline

Valorile pipeline, arată câți oameni trec prin procesul dvs. de vânzări/implicare. Valorile pipeline includ:

Tarife deschise

Tarife apropiate

Rate de câștig

Dimensiunea medie a ofertei

Oportunitate de a câștiga rata

Ofertă tarife apropiate



<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



S4: Monitorizarea Valorii Vănzărilor

Valori de vânzări ale activității

Valorile de vânzări ale activității măsoară performanța și comportamentele. Unele valori importante ale activității de vânzări de urmărit includ:

- Apeluri efectuate
- Întâlniri rezervate
- Participare evenimente
- Leaduri create
- Conexiuni Social media



<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Valori de conversie

Valorile de conversie urmăresc cum
închideți rapid și eficient
oferte. Aici sunt câteva exemple:



- Veniturile realizate per client
- Numărul mediu de comenzi pe lună
- Valoarea de viață a clientului
- Rata de pierdere a clienților
- Cost-servire: Costul furnizării unui serviciu unui client
- Media cheltuită pentru fiecare client nou

<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Valori generare potențiali clienți

Linkuri de marketing către vânzări, astfel încât analizarea procesului dvs. de generare de clienți potențiali vă ajută să urmăriți cât de bine funcționează strategiile dvs. de marketing.

Există o mulțime de valori potențiale de urmărit privind generarea de potențiali clienți, inclusiv:

Cereri de contact

Contacte adăugate la baza de date

Creații de oportunitate

Frecvența noilor oportunități



<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>



S4: Monitorizarea Valorii Vanzărilor

Monitorizarea corectă poate fi într-adevăr un catalizator pentru extinderea bazei dvs. de clienți și acest lucru va duce la succesul întreprinderii dvs. sociale.

Dar poate fi copleșitor!

Urmărind *orice* aspect al întreprinderii dvs. sociale vă permite să știți cum vă descurcați și să vă semnaleze oportunități pentru îmbunătățire. NU vă fie frică să începeți cu puțin.

Urmăriți câteva dintre cele mai semnificative valori, setați o cronologie și luați-o de acolo.



S4: Monitoriarea Valorii Vanzărilor

De ce este importantă urmărirea valorilor de vânzări?

Analizând valorile vânzărilor, puteți evalua ce funcționează și ce nu în cadrul întreprinderii dvs. sociale. Acest lucru vă va permite să vă adaptați și să faceți schimbări pe măsură ce creșteți.

Valorile de vânzări vă pot ajuta să luați deciziile corecte cu privire la contracte, parteneri, furnizori și colegi.

Dovezile bazate pe date sunt mai ușor de înțeles și oferă o imagine de ansamblu mai clară și mai puțin presupusă.



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Dar cum faceți acest lucru?

CRM înseamnă Customer Relationship Management.
Tehnologia folosită pentru a gestiona interacțiunile cu clienții și potențialii clienți.

Un sistem CRM ajută la construirea de relații și la eficientizarea proceselor, poate, de asemenea, să îmbunătățească serviciul pentru clienți, să crească profitabilitatea și să vă ajute să continuați să tranzacționați. Există multe software-uri disponibile de urmărire a vânzărilor gratuite, la preț redus și avansate



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Scopul unui sistem CRM este simplu: Îmbunătățiți relațiile de afaceri pentru a vă dezvolta afacerea.

Instrumentele CRM vă ajută să gestionați relațiile cu clienții de-a lungul întregului ciclu de viață al clientului, la fiecare interacțiune de marketing, vânzări și servicii pentru clienți.



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

Urmărește acest videoclip despre unul dintre numeroasele sisteme CRM disponibile care funcționează pentru întreprinderile mici:

<https://www.youtube.com/watch?v=llqE9S4LZT8>



S4: Monitorizarea Valorii Vânzărilor

<https://www.brightgauge.com/blog/understanding-kpis-and-metrics>

<https://www.ringcentral.com/us/en/blog/sales-metrics-small-business/>

<https://www.salesforce.com/uk/learning-centre/crm/what-is-crm/>

