

三个要点 让B2B销售事半功倍



本文从销售角度出发，阐述如何提高工作效率，真正做到数据驱动业务。



在B2B销售中，销售的沟通对象从来都不是一个人，而是一个组织；这是因为B2B产品的购买决策通常不是由一个人作出的。一方面，这加大了销售的复杂性，另一方面，也让销售组织很难把控自己跟月目标、季度目标之间的距离，不能及时调整自己的排兵布阵，挖掘隐藏的机会。

在许多公司，销售总监每天都需要花费几个小时听取团队成员的汇报；这些汇报往往都是口头的、无据可查的；如果需要形成准确的销售概况，还需要从各种合同、Salesforce（如果购买了的话）、财务系统中调取数据、汇总整合。

不过，这种高度手动的过程不但耗时费力，而且通常会出点错误。想依靠这样的报告来优化业务或是对销售总额进行预测，是每一个销售总监的Mission Impossible。

对于B2B销售来说，比“漂亮的数字”还性感的，是经过分析、变得有用且易读的数据。它们通常具有如下特征：



实时

实时的数据分析可以帮助您准确、迅速地预测销售。

将销售数据源——包括本地excel、Salesforce、财务系统、产品内部注册用户数等——连接到数据观平台后，这些数据将

实时地向您涌来。任何变动都可以在已制作好的管理看板中以可视化的方向展现；让您时刻把握全局。

预警

让您在危害刚露出苗头的时候就获知一切。

B2B公司往往不知道销售渠道中的问题，发现的时候往往都为时已晚。但是，通过正确的分析工具，您可以立即知道某些策略不符合现状。数据观允许您为所有的指标设定阈值，当您的某个关键指标低于您设置的阈值时，立即在看板中有所体现。

这意味着在事情失控之前，您将有权利、也有余裕，对此进行修正。

精细

从长远来看，洞察力越细致，销售人员提高销售额的可能性就越大。

完全可定制的数据平台允许销售组织以各种不同的方式过滤他们的信息，从时间维度、从地域维度、从对接人的角色维度、从一切您想要了解的维度。销售人员能够发现他们从未发现过的宝贵见解。因此，B2B企业可以进行战略性转变，将其销售效率提升到新的高度。

