

# Müügisüsteemi kiiraudit

## Baaside ja müügivihjete kvaliteet

Küsimus	Jah/Ei/Osaliselt	Märkused ja ideed
Kas meil on defineeritud ideaalne kliendiprofiil?		
Kas enamik meie kontakte on sihitud ja soojad (huviga)?		
Kas meil on töötav müügivihje magnet ja reklaamistrateegia?		
Kas sotsiaalmeedia toetab aktiivselt müügivihjete kogumist?		
Kas meil on regulaarne baaside ja müügivihjete puhastamine/täiendamine?		
Kas müük ja turundus vahetavad regulaarselt sisendit (kliendiprofiil, sõnumid, tulemused, müügivihjete kvaliteet/maht)?		
Kas müügiinimestel on alati olemas baas, millega nad saavad aktiivselt töötada (kontaktid, võimalused)?		
Kas meil on ühine arusaam "hea müügivihje" definitsioonist?		

Tugev müük algab õigetest kontaktidest ja läbipaistvast infovahetusest.

# Müügiinimeste kvaliteet ja arendamine

Küsimus	Jah/Ei/Osaliselt	Märkused ja ideed
Kas müügiinimeste tulemused/tegevused on stabiilsed ja mõõdetavad?		
Kas meil on regulaarne/järjepidev müügi coachingu ja arendussüsteem?		
Kas uued müügiinimesed läbivad tugeva sisseelamisprogrammi?		
Kas madala tasemega inimesed saavad sihipärast tuge või asendamist?		
Kas müügiinimestel on selge kasvupotentsiaal ja arengutee?		
Kas müügiinimestele on antud regulaarne aeg analüüsiks ja iseseisvaks arenduseks?		
Kas müügiinimestel on ligipääs arendamiseks vajalikule materjalile ja tööriistadele?		

Pidev õppimine ja arendamine on ainus viis müügis tugevana püsida.

## Toote/teenuse väärtus

Küsimus	Jah/Ei/Osaliselt	Märkused ja ideed
Kas meie toode või teenus lahendab kliendi jaoks päris probleemi?		
Kas müügiinimesed oskavad selgelt edasi anda, kuidas meie lahendus aitab?		
Kas meil on head kliendilood ja edulood, mida saame müügis kasutada?		
Kas meie pakkumine eristub selgelt konkurentidest?		
Kas müügiinimesed aitavad klientidel näha laiemat pilti? Probleeme või võimalusi, mida kliendid ise veel ei teadvusta?		
Kas müügiinimesed oskavad siduda toote/teenuse väärtuse selgelt kliendi isikliku või ärilise kasuga?		
Kas müügiinimesed suudavad juhtida vestlust väärtusele, mitte ainult hinnale?		

Selgelt nähtav väärtus vähendab kahtlusi ja hinnavaidlusi.

# Motivatsioon ja tasustamine

Küsimus	Jah/Ei/Osaliselt	Märkused ja ideed
Kas müügiinimesed tunnevad, et nende pingutust hinnatakse õiglaselt?		
Kas tasustamine toetab õiget käitumist, mitte ainult tulemuse saavutamist?		
Kas tunnustatakse nii individuaalseid kui tiimivõite?		
Kas preemia- ja boonussüsteem on lihtne, õiglane ja kõigile arusaadav?		
Kas müügiinimesed tunnevad, et eduka tulemuse eest saadakse tunnustust, mitte "karistust" uute ja kõrgemate ootustega?		
Kas müügiinimesi kiidetakse vahetult õigete ja soovitud tegevuste eest, mitte ainult tulemuste eest?		
Kas müügiinimesi toetatakse ja tunnustatakse ka siis, kui nad liiguvad edasi ja õpivad, isegi kui kohe tulemust veel ei ole?		

Inimesed pingutavad rohkem, kui nad teavad, et nende pingutus loeb ja on ausalt hinnatud.

# Andmete ja mõõdikute kasutamine

Küsimus	Jah/Ei/Osaliselt	Märkused ja ideed
Kas meil on nähtavad ja regulaarsed mõõdikud kogu müügiteekonna kohta?		
Kas tulemusi ja trende arutatakse tiimis, mitte ainult vaadatakse tagantjärele?		
Kas otsused põhinevad andmetel, mitte "tunnetusel"?		
Kas müügiinimesed saavad andmete analüüsiks ja tulemuste tõlgendamiseks vajaliku koolituse?		
Kas andmete kogumise protsess ei ole liialt keeruline ega takista tegevust?		
Kas mõõdikud ja andmed on kergesti kergesti ligipääsetavad ja arusaadavad kõigile meeskonnaliikmetele?		
Kas me kasutame andmeid, et tuvastada arenguvõimalusi (nt, kui teatud tegevus ei too soovitud tulemusi)?		

Faktid aitavad meil hoida fookust õigetes kohtades, et emotsioon ei saaks võitu.

# Kliendikogemus ja järelteenindus

Küsimus	Jah/Ei/Osaliselt	Märkused ja ideed
Kas meil on süsteemne tegevuskava kliendi hoidmiseks peale esimest ostu?		
Kas kordusostude ja soovitude määrasid mõõdetakse ja analüüsitakse?		
Kas müügiinimesed jätkavad kliendile väärtuse pakkumist ja tänu näitamist ka siis, kui esimene ost või otsus viibib?		
Kas teenindus ja müük töötavad koos, et kasvatada kliendi eluaegset väärtust?		
Kas teeninduskontaktides kasutatakse usalduse hetke, et avastada lisavajadusi ja pakkuda kliendile väärtust?		
Kas kliendi tagasisidet kogutakse ja kasutatakse kliendikogemuse süsteemseks parendamiseks?		
Kas kogume ja analüüsime tagasisidet ka nendelt kontaktidelt, kes otsustasid mitte osta?		
Kas meie müügi- ja teenindusprotsessid on kliendi jaoks lihtsad, sujuvad ja loogilised?		
Kas ettevõttes on loodud mõtteviis, et iga kontaktpunkt on osa müügikogemusest?		

Hea müük ei lõppe ega alga tehinguga, see on tervikkogemus, mis kasvatab korduvoste, soovitusi ja usaldust.

## Märkmed

- 90–100% Jah vastuseid = **Tippklassi müügitöö ja süsteem**
- 70–89% Jah vastuseid = **Stabiilne süsteem, kuid arenguruum olemas**
- Alla 70% Jah vastuseid = **Kriitiline vajadus süsteemi parandamiseks**
- Märki "Ei/Osaliselt" punktid eraldi välja ja koosta tegevusplaan parandamiseks