

The SMModel

Η εφαρμογή του **Μοντέλου** βοηθά ένα τμήμα πωλήσεων να είναι πιο αποδοτικό και αποτελεσματικό και να θέτει προτεραιότητες στο σημερινό πολύπλοκο και παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον.

<p>1. Στρατηγική Πωλήσεων</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Γνώση Αγοράς 2. Τμηματοποίηση 3. Πρόταση Αξίας 4. Προτεραιότητες Ανάπτυξης 5. Στρατηγική Τιμολόγησης
<p>2. Στρατηγική Εισόδου στην Αγορά</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Τμήμα Πωλήσεων <ul style="list-style-type: none"> ✓ Δομή ✓ Κατανομές Πελατών στις Ομάδες ✓ Ταξινόμηση και Κατανομή ✓ Σχεδιασμός Περιοχής 2. Εσωτερικές Πωλήσεις 3. Outbound Sales 4. Inbound Sales 5. Χονδρέμπορος ή Διανομέας
<p>3. Διαδικασία Πώλησης και Επαφή με τον Πελάτη</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διαδικασία Πωλήσεων 2. Στόχευση και Διαχείριση Περιέχων και Πελατών 3. Σχεδιασμός Παρακολούθησης Πελατών 4. Εργαλεία Πωλήσεων & Ενεργοποιητές
<p>4. Εκπαίδευση & Παρακίνηση Πωλητών</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Εκπαίδευση 2. Καθοδήγηση 3. Κίνητρα 4. Στόχοι 5. Δείκτες Επιδόσεων & Πίνακες Ελέγχου 6. Επιδόσεις, Κριτικές και Ενέργειες
<p>5. Διαδικασίες Παρακολούθησης & Υποστήριξης Πωλήσεων</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Διαχείριση Δεδομένων 2. Αναλυτικά Στοιχεία και Δεδομένα 3. Δημιουργία και Διαχείριση Δυνητικών Πελατών 4. Αναφορά & Διοίκηση