

B2B-myynti 2021

Hyödynnä asiakastarvetietoa ja vie
ratkaisumyyntisi seuraavalle tasolle

klaro
CPQ

Sisällysluettelo

- 03** Digitaalisen aikakauden B2B-ostajat
- 04** B2B-ostaminen on muutoksessa
- 05** Myynnin digitalisaatiota tarvitaan, jotta yritykset pystyvät vastaamaan ostamisen muutokseen.
- 06** Mahdollista asiakastarvetiedon systemaattinen hallinta
- 07** KlaroCPQ:n 3 suositusta myynnin digitalisointiin
- 08** Johtopäätös
- 09** KlaroCPQ

Digitaalisen aikakauden B2B-ostajat

50+% B2B-ostajista *kuuluu internet-aikakauden sukupolveen*, joka on tottunut digitaaliseen asiointiin ja ostamaan kuluttajana tuotteita sekä palveluita suoraan verkosta.

17% B2B-ostajien ajasta kuluu *suoraan eri toimittajien kanssa asiointiin*. Tämän verran ostajan aikaa saavat kaikki myyjät yhteensä.

65% B2B-ostajien ajasta käytetään *itsenäiseen tiedonhakuun*. Ostajat tutustuvat yrityksen kotisivuihin, kilpailijoiden kotisivuihin, uutisartikkeleihin, keskustelufoorumeihin, verkostoihin, referenssiasiakkaisiin jne.

75% B2B-ostajista katui ostopäätöstään johtuen siitä, *minkälaista tietoa he saivat ostoprosessin aikana*. Tämä tarkoittaa, että ostajien odotukset saadun tiedon perusteella olivat erilaiset kuin mitä he todellisuudessa saivat hankinnallaan.

Laadukkaan tiedon avulla yritys voi saada aikaan **4,5 kertaa** enemmän ostoja. Laadukas tieto nostaa ostajan tyytyväisyyttä merkittävästi.



B2B-ostaminen on muutoksessa

B2B-ostajat vaativat laadukasta tietoa.

B2B-ostajat haluavat tarkempaa tietoa mahdollisista ratkaisuista ja niiden toimittajista. Ostoprosessin aikainen tiedonhankinta on tullut itsenäisemmäksi eri verkkopalvelujen asioista.

B2B-ostajat tekevät hankintoja monikanavaisesti.

B2B-ostajat toteuttavat hankintaprosessia monikanavaisesti, kuten he toimivat ostoissaan myös kuluttajina.

B2B-ostajat vaativat enemmän lisäarvoa myyjiltä.

B2B-liiketoiminnassa myynnin rooli on muuttunut: Myyjät saavat vähemmän aikaa ostajien kanssa, ja ostajat odottavat saavansa enemmän arvoa myyntikeskusteluista ja -tapaamisista.

Hankintaprosessit muuttavat yhä monimutkaisemmiksi.

Yritysten sisäiset hankintaprosessit vievät paljon aikaa, ja hankintaprosesseissa toimiminen on yhä monimutkaisempaa.

Digitalisaation myötä yrityksillä on enemmän dataa käytössään.

Yritysten käyttämän datan määrä kasvaa huimaa vauhtia, ja näin yrityksillä on saatavillaan yhä tarkempaa tietoa ostajien tarpeista ja vaatimuksista.

Myynnin digitalisaatiota tarvitaan, jotta yritykset pystyvät vastaamaan ostamisen muutokseen.

Myyntitoimintoja voidaan digitalisoida kolmella tapaa:

1

HYÖDYNTÄMÄLLÄ UUSIA KANAVERIA

Myynti voi hyödyntää asiakkaan käyttämiä viestintäkanavia ja tarjota asiakkaalle täsmäpalvelua tätä kautta. Esimerkkinä chat-kanavat, palveluportaalit, älykkäät sähköpostit ja somekanavat.

2

KEHITTÄMÄLLÄ MYYNTIPROSESSIA

Yrityksen tulee luoda uusia myyntiprosesseja, jotta myynti voi palvella asiakkaita ja heidän muuttunutta ostokäyttäytymistä paremmin, esimerkiksi tuottamalla asiakkaan vaatimaa laadukasta tietoa ja toimittamalla sitä asiakkaalle ostoprosessin tueksi.

3

HYÖDYNTÄMÄLLÄ TARKEMPAA TIETOA ASIAKASTARPEISTA

Digitalisaatio mahdollistaa entistä paremman tiedonkeruun ja -jäsentelyn etenkin ostoprosessin aikana, jolloin yritys voi ymmärtää tarkemmin asiakkaan tarpeita.

Mahdollista asiakastarvetiedon systemaattinen hallinta

Yhtenäistämällä asiakastarvetiedon voit...

- » Saavuttaa paremman ymmärryksen asiakastarpeista.
- » Tarjota asiakkaiden tarpeisiin paremmin sopivia ratkaisuja.
- » Luoda enemmän lisäarvoa jo ostoprosessin aikana.
- » Lisätä myyntisi asiantuntemusta.
- » Säästää aikaa tarjoustyössä.
- » Automatisoida ja systematisoida asiakastarpeiden keräämisen.
- » Analysoida tarkemmin yrityksesi tarjoaman kilpailukykyä.
- » Johtaa myyntiä tarkan tiedon avulla.



KlaroCPQ:n 3 suositusta myynnin digitalisointiin



Luo asiakkaallesi mahdollisuus asioida monikanavaisesti, jotta asiakas saa ostoprosessinsa mukaisia täsmäpalveluja tehokkaasti ja laadukkaasti.



Hanki älykkäitä työkaluja, joiden avulla voit kerätä tietoa ostajan tarpeista ja vaatimuksesta sekä siitä, miten asiakas toteuttaa ostoprosessiaan.



Luo yksi data-alusta, joka auttaa sinua keräämään ja analysoimaan yhdenmukaista tietoa ostajista, aina myyntiliidistä elinkaaripalveluihin asti.



21

**Tee myyntivuodesta 2021
entistä tuloksellisempi –**

**keskity myyntiprosessien
digitalisointiin ja asiakastarvetietoon!**

KlaroCPQ on digitalisoinut myyntiprosesseja vuodesta 2004 suomalaisen teollisuuden kanssa. Olemme erikoistuneet kompleksisten ratkaisujen myyntiin ja vaativiin myyntiprosesseihin. KlaroCPQ:n sovelluksia käytetään asiakkaan tarvekartoituksesta sopimushallinnan ja ratkaisuelinkaaren hallinnan prosesseihin.

Tarjoamme ohjelmistoratkaisuja myyntiprosessien digitalisointiin uusasiakashankinnasta ratkaisun elinkaaripalvelujen myyntiin.

Jos haluat rakentaa yrityksesi älykkään myyntiprosessin, ota yhteyttä!



Klaro Technology Oy

Tuomas Koskiniemi
Managing Director

Puh. +358 40 1766 204
tuomas.koskiniemi@klarocpq.com
www.klarocpq.fi

klaroCPQ

[KlaroCPQ](#) / klarocpq.fi / info@klarocpq.com