

Kundesegmentering!

Det at vide hvilke kunder der skal besøges og hvorfor det netop er dem der besøges og/eller laves salgsindsatser overfor, er den vigtigste ressourceoptimering i en salgsafdeling.

Segmenteringen af kunder hænger sammen med de øvrige strategiske beslutninger i virksomheden, en succesfuld kundesegmenterings proces, vil være hvor Mind4Business faciliterer processen og undervejs leverer styringsværktøjer, der sikrer overblikket bibeholdes i det efterfølgende daglige salgsarbejde.



Sammen med en succesfuld kundesegmentering, vil det være naturligt at udarbejde account-planer for de vigtigste kunder, hvilket optimerer vigtig intern vidensdeling om de vigtigste kunder og sikrer potentialeudnyttelsen.

Jeres udbytte ved kundesegmentering er:

- **At få en struktur over nuværende kundeportefølje**
- **At få en struktur over nuværende emne muligheder**
- **At få inddelt nuværende kunder op i potentiale**
- **At få et overblik over nuværende kunders købsloyalitet**
- **At kunne ressourceoptimere salgs organisationens indsatser**
- **At få den optimale forudsætning for strategisk salg til de vigtigste kunder**
- **At kunne lave en fast kundestrategi som følge af potentiale inddelingen**
- **At forbedre salgcoach mulighederne overfor salgsorganisationen i.f.t. eget potentiale udnyttelse**
- **At kunne koble kunde strategier fra segmentering sammen med en struktureret handlingsplan**
- **At få overblik over salgsorganisationens indsatser i.f.t. kundefastholdelse**
- **At få SWOT analyseret kunderne, så der kan laves en dynamisk strategi**
- **At kunne udarbejde og følge op på budgetter på enkelt kunder**