

Een unieke organisatie en unieke dienstverlening. In hartje Den Bosch zit SalesDay, een bedrijf dat gericht is op het samenbrengen van sales en de mogelijkheden tot ondersteuning vanuit handzame applicaties. SalesDay biedt voor zowel de MKB als corporate markt haar tools aan, on-demand via Internet of geïnstalleerd op het intranet van opdrachtgevers. We spreken directeur Koen Molenaar over zijn organisatie, diensten en toekomst.

Ons thema voor dit nummer is Meten is Weten, en als je het over meten hebt denk je in eerste instantie aan harde cijfers. Interessanter zijn de activiteiten die tot cijfers leiden. Verkoop is immers een complex geheel van activiteiten die op de juiste manier moeten worden gedaan om tot een goed resultaat te komen. "Met SalesDay meet je de voortgang van je salesorganisatie" legt Koen uit, "Door het verkoopproces éénduidig te beschrijven en hier een aansturingmodel omheen te plaatsen krijg je meer grip op de dagelijkse organisatie en blijven de acties in lijn met de gestelde doelstellingen".

elke internetaansluiting. Een bedrijf kan er alle verkoopprocessen mee beheren en organiseren op een eigen SalesDay-omgeving. Sales teams en account managers kunnen direct aan de slag met concrete, dagelijkse doelstellingen afgestemd op de meest actuele (lokale) marktkansen. Daarnaast biedt het waardevolle stuurinformatie, waardoor het ontwikkelen en opstellen van de juiste sales strategieën eenvoudiger wordt".

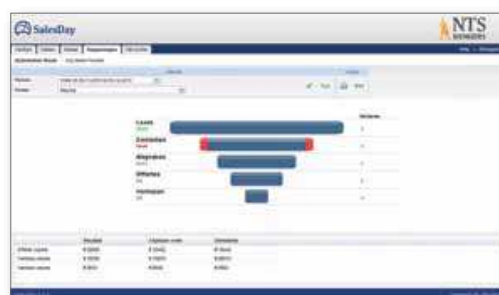
Van het tweede pakket **SalesDay Challenge** worden we blij. Sales is namelijk niet droge materie maar fun. Natuurlijk is het een volwassen vak geworden maar verkopers houden ervan

SALESDAY

30

# 'Zie verkoop als een proces, verbeter onderdelen en stuur

SalesDay is een verkoopmethodiek vertaald binnen een handzame applicatie. Met SalesDay ontstaat meer structuur en discipline in de verkooporganisatie. SalesDay biedt daarbij twee pakketten. We krijgen uitleg en beeld van de diensten SalesDay Focus & Challenge.



"SalesDay Focus ondersteunt de veranderingen binnen de salesorganisatie en biedt houvast om deze consequent door te voeren. De applicatie biedt transparantie, altijd en overal in één oogopslag, op elk gewenst moment vanaf

om uitgedaagd te worden en dat biedt Challenge. "Het geeft transparantie binnen een verkoopgerichte organisatie. Door het etaleren van resultaten en prestaties prikkelt Challenge en daagt uit. Het stimuleert namelijk een winnaarsmentaliteit en competitie tussen verkopers. Deze applicatie biedt verkoopmedewerkers dagelijks de kans zich te bewijzen", vult Koen enthousiast aan. "Binnen een passend thema wordt gezonde competitie bevorderd, en teams met het beste resultaat beloond. Het biedt verkooporganisaties real-time inzicht in verkoopresultaten, en is volledig beheersbaar zonder technische kennis. Een zeer leuke tool die de optimalisering waar SalesDay voor staat nog tastbaarder maakt".

SalesDay is niet het enige bedrijf dat zich bezig houdt met het meten van verkoopinformatie maar het gedreven team is er wel in geslaagd een unieke positie en propositie in deze markt te zetten. Ze spelen daarbij handig in op de wen-

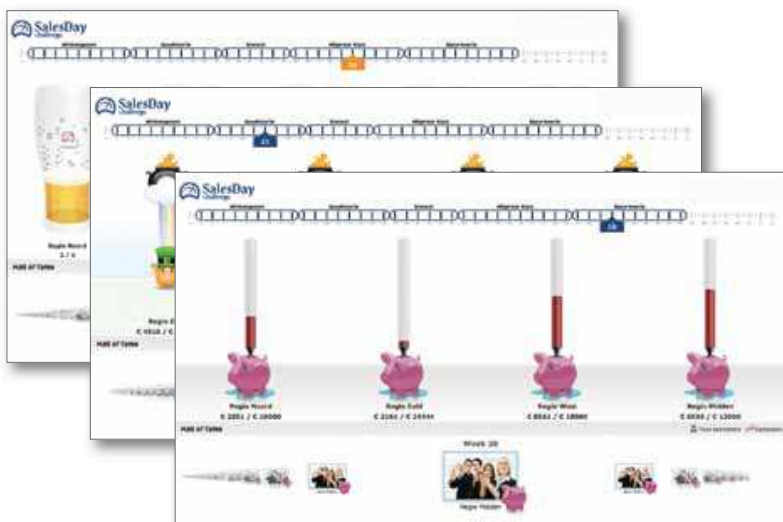


V.l.n.r.: Koen Molenaar en Maurice Vereecken

lijke agendavoering is er helder zicht op ontwikkeling, planning, en werkzaamheden. En dankzij dagelijks ingeplande targets en het inzicht in de verkoopprocessen is iedereen op de hoogte van de status van alle acties”

Koen benadrukt ook dat zijn bedrijf geen CRM oplossing is. “SalesDay vertaalt activiteiten naar een overzichtelijke werkljst. Zo mikt men op direct en duurzaam rendement en blijven manager en verkoopmedewerkers continu in beweging. SalesDay is dus niet te vergelijken met een CRM-systeem. Met CRM administreeer je eerdere acties uit het verleden, terwijl sales managers en verkopers juist behoefte hebben om hun activiteiten toekomstgericht te plannen, vast te leggen en overzichtelijk te houden. Daar ligt een groot verschil in accent. Waar CRM meer laat zien wat er gedaan is laat SalesDay vooral zien wat er gedaan moet worden. “Door de open structuur en de eenvoudige manier waarop SalesDay geïntegreerd kan worden met de bestaande systemen is het wel een perfecte aanvulling op een CRM-omgeving”, voegt Koen toe om aan te geven dat het een het ander niet uitsluit en goed samen kan opereren.

# op het geheel!”



sen van management om een tool in handen te hebben die hen in staat stelt Sales activiteiten te plannen. “Stilstand is achteruitgang”, vervolgt Koen, “voortuitplannen is een sleutel tot succes. SalesDay brengt kansen in kaart. Door een duide-

Ook legt hij uit dat de grootste winst die je met SalesDay behaalt het organiseren van grip op het verkoopproces is , en het is duidelijk dat SalesDay zich daar met haar diensten op richt. “De grip op het proces is de bakermat voor tal van verbeteringen denk aan gericht trainen van vaardigheden, lead inkoop beleid, beter afstemming met marketing acties etc. Basis van al deze verbeteringen is het gecontroleerd in beeld houden van alle werkzaamheden en hierop kunnen sturen. Wekelijks met de resultaten en activiteiten bezig zijn, levert die noodzakelijke grip. De professionalisering van de verkooporganisatie volgt hieruit”.

Qua toekomst ziet Koen nog veel kansen en is het bedrijf bezig met ontwikkeling. “In 2011 komt SalesDay met een on-demand platform waarbinnen een organisatie zelf haar verkoopprocessen en aansturingmodel op basis van best-practise kan inrichten. Wij groeien verder naar een kennis intensieve leverancier van het meest bruikbare platform om de verkoopactiviteit van onze klanten te organiseren”.

Wilt u meer weten over de diensten van SalesDay? Info & Contact: [info@salesday.nl](mailto:info@salesday.nl) of [www.salesday.nl](http://www.salesday.nl) <