

Meer omzet uit je sales inspanningen met AI

E-BOOK

INTRODUCTION

7 praktische Sales AI toepassingen

Bestaande business versus new business

In B2B levert de inspanning om meer sales uit bestaande business te halen vaak meer op dan de inspanning om new business binnen te halen. Bovendien is in veel bedrijven de omzet niet gelijk over alle klanten verdeeld. Een klein aantal klanten levert het overgrote deel van de omzet op.

Jay Curry bedacht daarom de klantenpiramide, die inzicht geeft in de verdeling van omzet over de klantenbase en deze als het ware segmenteert. Hij gaat daarbij uit van de 80-20 regel waarbij 20% van de klanten voor 80% van de omzet zorgt. Let op: het gaat hierbij om omzet, geen winst. De overige 80% zijn klanten die af en toe voor omzet zorgen of eenmalig iets kochten.

Salesstrategie focussen op bestaande klanten

Het is dan ook interessant om je salesstrategie te richten op het realiseren van meer omzet uit je bestaande klanten en dan met name te focussen op die 20% topklanten en het segment direct daaronder.



Diepgaande salesinzichten met AI

Maar hoe helpt AI bedrijven om meer omzet uit bestaande klanten te halen?

ERP en CRM blikken terug

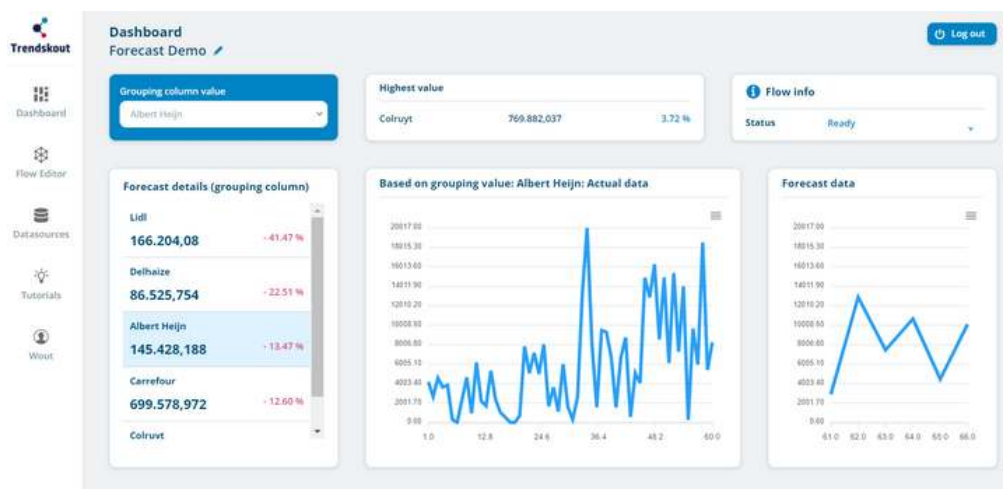
Moderne ERP en CRM systemen bieden al salesinzichten door data te verzamelen zoals contactmomenten of touchpoints. Ook offertes, bestelbonnen, presalestrajecten en facturatie maken deel uit van de gemiddelde salescyclus.

AI analyseert en kijkt vooruit

De meeste ERP- en CRM-pakketten zijn ook prima in staat om die gegevens goed te bewaren en er historische grafieken uit te destilleren. Maar de analyserende en voorspellende kracht van een CRM schiet tekort. En dat is precies waar AI om de hoek komt kijken.

Hoe zou het zijn om meer omzet uit bestaande klanten te halen en hen tegelijkertijd persoonlijker van dienst te zijn door de inzet van AI?

Lees hier meer over 7 praktische toepassingen van AI in het moderne salesproces voor bedrijven.



1. Sales forecasting en sales prediction

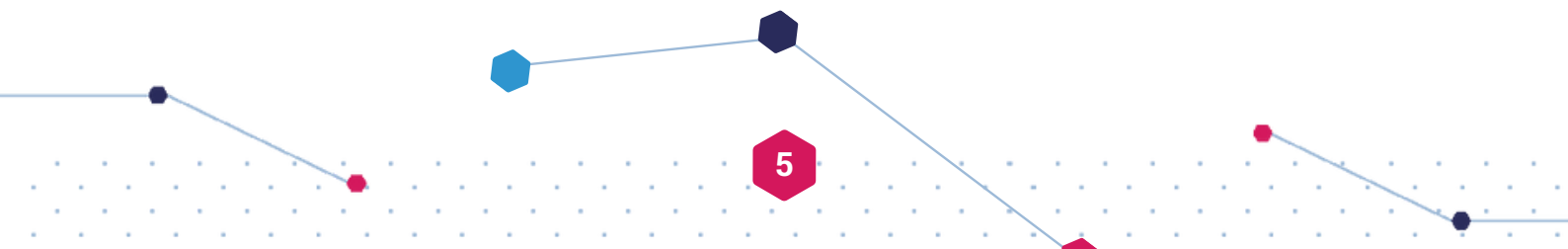
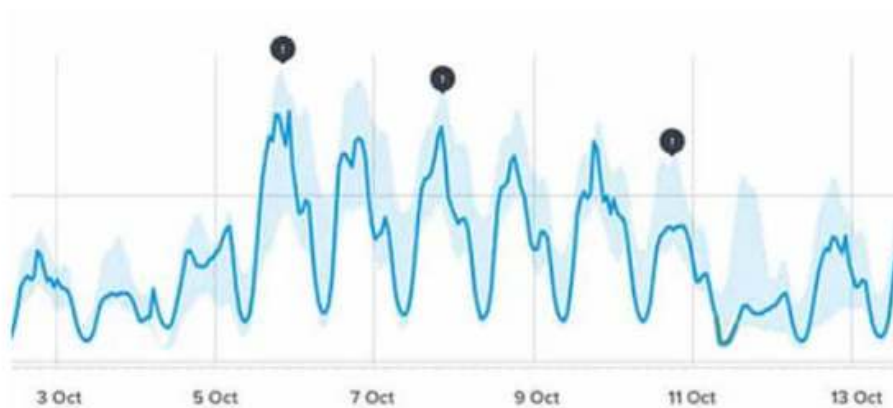
AI gaat aan de slag met duizenden datapunten uit vele mogelijke gegevensbronnen. De kunstmatige intelligentie koppelt gegevens uit verschillende databanken aan elkaar en gaat op zoek naar inzichten en verborgen patronen die onmogelijk handmatig te ontdekken zijn.

Voorspelling van toekomstcijfers

Zo helpt AI een accurate voorspelling van de toekomstcijfers op te stellen en weet je beter welke klant wat zal kopen en wanneer. AI gebaseerde forecasting gaat dus verder dan het typische pipelinemanagement en introduceert de kracht van echte sales prediction in bedrijfsprognoses.

In vroeg stadium behoefte van klanten detecteren

Dat is niet alleen handig voor salesteams, maar ook voor klanten. In sommige bedrijven gaat het intelligente forecastingmodel zelfs zo ver dat het de behoefte van klanten detecteert nog voor deze het zelf beseffen.



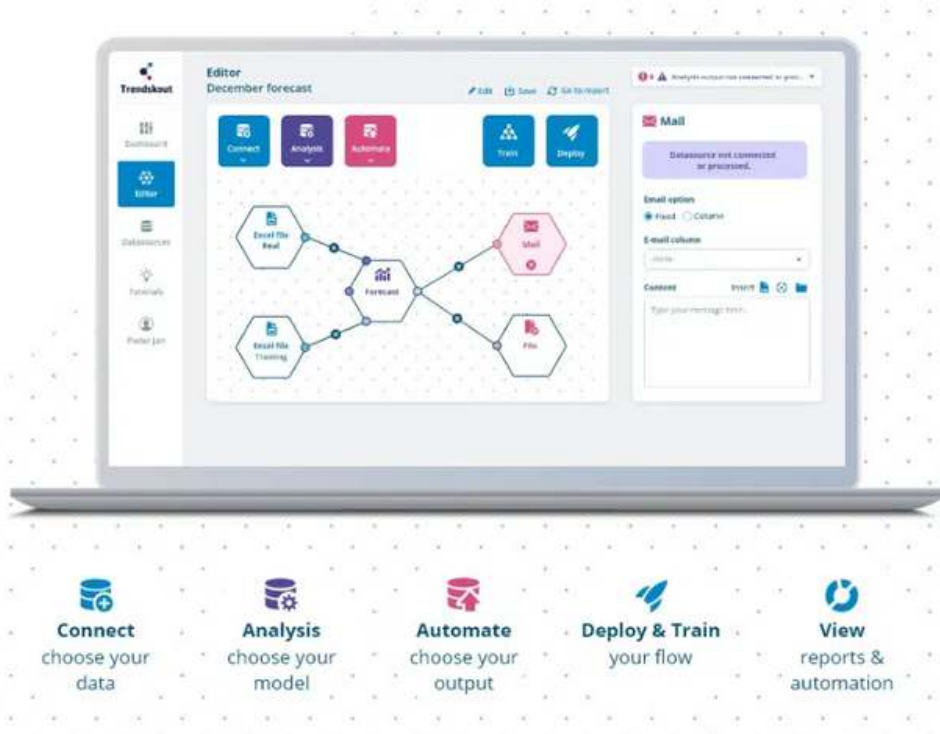
2. Saleskansen ontdekken

Waarom verkoop alleen maar voorspellen als je hem ook kunt beïnvloeden? Dat is precies wat opportunity detection doet.

Op basis van de beschikbare data in het CRM en andere tools gaat een algoritme voor sales opportunity detection aan de slag. Dit model maakt verborgen saleskansen zichtbaar. Vaak met spectaculaire resultaten.

Onbenutte kansen zichtbaar maken

Met andere woorden: AI licht salesteams in over nieuwe kansen die anders allicht verloren zouden gaan en zorgt ervoor dat bedrijven meer uit hun leads en bestaande klanten halen.



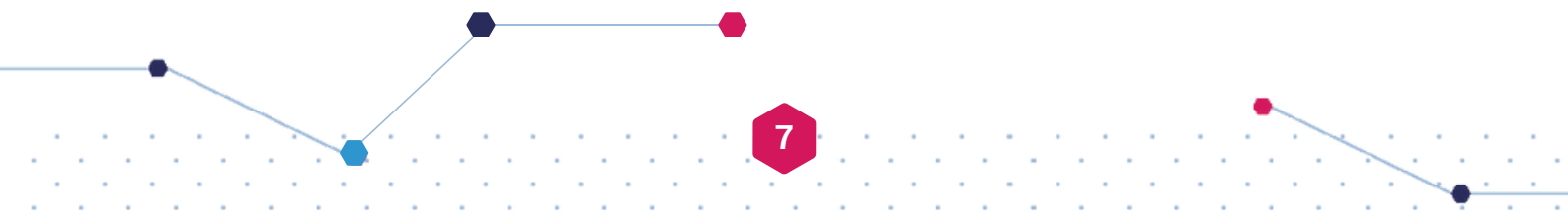
3. Klantuitval inschatten

Een slimme AI-tool is verbonden met achterliggende bedrijfssoftware en houdt op de achtergrond touchpoints met potentiële en huidige klanten in de gaten.

Reactieve sales wordt proactief

De tool merkt potentiële aanleidingen voor verhoogde customer churn automatisch aan en speelt deze aan de verantwoordelijke salesmedewerker door voor verdere opvolging.

Dit geeft bedrijven de kans om op tijd te communiceren en de klantretentie te verhogen. Anders gezegd: AI maakt reactieve sales weer proactief.



AI-Salesforecasting voor Coeman Packaging

Distributeur van verpakkingsmaterialen en -machines Coeman Packaging wilde al langer saleskansen beter in kaart brengen. Directeur Luc Vanderbeke “Er gebeurt heel veel in onze markt. Niet alleen onze klanten en concurrenten evolueren, maar ook onze producten. We waren op zoek naar manieren om toegevoegde waarde te halen uit onze ERP- en CRM data, om gericht te kunnen verkopen.”

Automatisch maandelijks forecastingrapport

Het bedrijf gebruikt nu Trendskout-AI voor forecasting om ook minder zichtbare saleskansen op te sporen. Heel concreet stelt de software automatisch een maandelijks forecastingrapport op dat aangeeft welke klanten mogelijk behoefte hebben aan een nieuwe bestelling.

93% van suggesties is nauwkeurig

In de praktijk zijn de suggesties van het algoritme 93% nauwkeurig. De harde data ondersteunen zo het salesvak, dat van nature drijft op menselijke relaties.



4. Impactanalyse

Slimme AI-algoritmes leggen salesdrivers bloot.

Geavanceerde impactanalyses onthullen de beslissende factoren die ervoor zorgen dat klanten een aankoop doen of opnieuw bestellen.

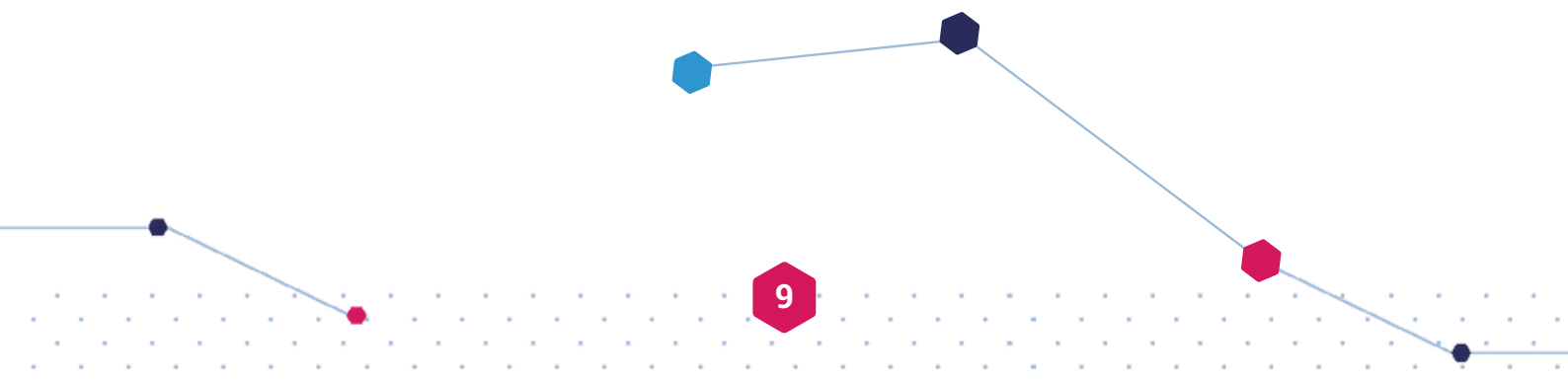
Impactanalyse biedt dus antwoord op een heleboel waaromvragen en geeft diepere bedrijfs- en salesinzichten.

5. Next best actions

AI kan next best actions in een salescyclus aanbevelen.

Dat doet het algoritme op basis van historische data. Die datagebaseerde aanbevelingen fungeren als leidraad en verhogen de slagingskans van een telefoontje of e-mail van sales aan bestaande of potentiële klanten.

Zo vaart je team niet blind, maar kan het gericht contact opnemen en zijn salesinspanningen gericht te doseren.



6. Productrecommndation

AI-tools interpreteren eerdere verkopen en bevelen zelf bijkomende producten of diensten aan die passen bij een bestaande klant.

Je kunt die suggesties zelf automatisch laten voorstellen aan klanten of doorgeven aan de bevoegde account- of salesmanager. Zo kun je de upsell en cross-sell inspanningen maximaliseren.

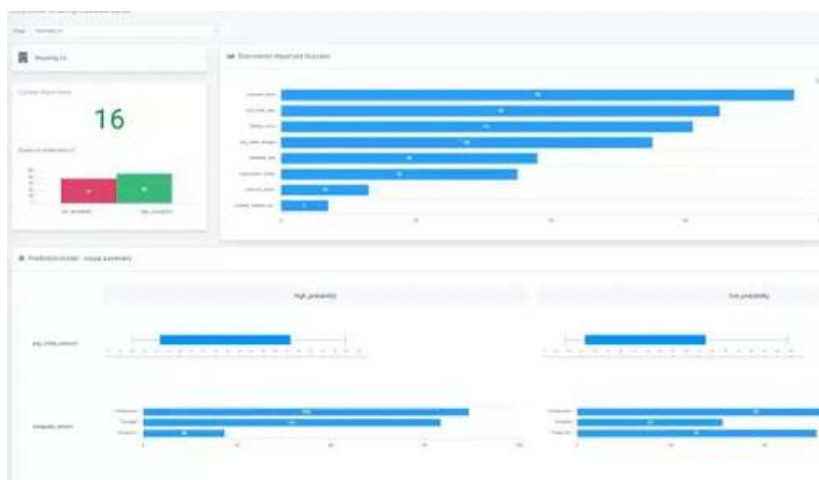
Gepersonaliseerde productaanbevelingen

Onder de motorkap gebeuren productaanbevelingen via AI met behulp van een zogeheten recommendation engine. Dat is een slim clusterings- en classificatiealgoritme dat ook hier weer onontgonnen datapunten met elkaar verbindt om zo tot gepersonaliseerde salessuggesties te komen.

7. Datagebaseerde persona's

AI classificeert en segmenteert klantprofielen tot sales- en marketingpersona's. Dat doet het op basis van objectieve sales- en andere data. En dus niet langer aan de hand van subjectieve criteria.

Gegevensgebaseerde profielen zijn altijd accurater en zijn op het snijvlak tussen sales en marketing inzetbaar, wat weer voor doelgroepgerichte communicatie zorgt.



Ook aan de slag met AI voor sales?

Verkopen in een B2B context blijft een proces waarin menselijke interactie een belangrijke rol speelt.

Toch is het mogelijk om het opbouwen van vertrouwen en het inschatten van complexe menselijke interacties te ondersteunen met handige hulpmiddelen.

AI kan een belangrijke rol hebben in verkoopprocessen door grote hoeveelheden verkoopdata te doorploegen en er waardevolle inzichten uit te halen die leiden tot meer verkoop.

Wil je weten wat de mogelijkheden zijn voor jouw salesteam? Neem dan direct contact met ons op voor een gratis demo!



