

Vandaag geboren: MarSal

Sommige opmerkingen zijn eigenlijk té simpel voor woorden: “Als u als ondernemer meer omzet wilt, misschien zou u meer van uw klanten moeten weten!” Te banaal, zegt u? Doen we al, zegt u? Ik neem u mee naar MarSal, de koppeling tussen marketing en verkoop (sales) en laat u zien wat u aan mogelijke omzet laat liggen.

Marketing is ‘het vinden, verkrijgen, behouden en benutten van klantvoorkeur’ en verkoop is ‘het verzilveren van die klantvoorkeur’. Marketing gaat over het weten wat verschillende klantgroepen willen, verkoop is het verleiden van die klantgroepen tot aankoop. Het lijkt zo logisch als ik het zo opschrijf, maar in de praktijk weet marketing niets van klanten en doen verkopers maar wat...!

Oorlog tussen marketing en verkoop

Decennia geleden schreef marketing-goeroe Philip Kotler over de oorlog tussen marketing en sales. Marketingmanagers zijn HBO of WO geschoold, verkopers zijn *street-wise*; marketing denkt in groepen afnemers, verkoop praat over individuele klanten; marketing kijkt naar de lange termijn, verkopers denken binnen hun korte termijn budgetten; marketing denkt aan een hogere prijs, verkopers willen juist meer korting geven...

Er zijn echter twee zaken die beide vakgebieden helder voor ogen moeten hebben: klantbelang en bedrijfsbelang. Uit onderzoek blijkt dat wanneer marketing haar klantkennis deelt met verkoop, dat de kwaliteit, de effectiviteit en efficiëntie van het verkopen toenemen. Met als concreet resultaat: meer omzet tegen lagere kosten.

Voorbij lege kretologie

Uit eigen onderzoek komt naar voren dat ‘de klant centraal stellen’ de kwaliteit van de verkoopprocessen verbetert (+20%), de doelmatigheid van de verkoopprocessen verbetert (+30%) en de efficiëntie van verkoop verbetert (+15%). In normaal Nederlands: door marketing en verkoop te koppelen gaat de omzet omhoog, gaan de kosten naar beneden en stijgt de winst (dientengevolge) dubbel!

Maar misschien is dit wel tegen dove-mansoren gezegd.

Verkopers blijven eigenwijze einzelgängers, marketing is gedegradeerd tot reclame en promotie, verkoop blijft targets najagen en de marketingmeisjes hebben nog nooit een échte klant van dichtbij gezien...

MarSal, de koppeling tussen marketing is verbluffend winstgevend, maar misschien laat u liever geld liggen dan dat u de interne processen aanstuurt.

In dat geval: welterusten, slaap lekker verder.

De economie trekt aan en u laat kansen liggen.