

Mercuri International



Taking Sales to a Higher Level

70% van de buying journey online? Kansen voor de 'offline' verkoper!

De afgelopen jaren verschijnen er met regelmaat publicaties waarin het vak van verkoper ten dode lijkt opgeschreven. De algemene tendens in deze publicaties is dat de klant de verkoper steeds minder nodig heeft, want alles wat hij wil en moet weten om een goede aankoopbeslissing te nemen kan hij steeds meer online vinden.

Wij vroegen ons echter het volgende af: *“Doet de klant steeds meer online omdat daar alles te vinden is wat hij zoekt? Of....doet hij dit omdat de gemiddelde verkoper die hij ontmoet simpelweg te weinig waarde toevoegt? En hij dus wel online moet gaan om te zoeken naar wat de verkoper niet biedt...?”*

De resultaten uit ons onderzoek neigen naar het laatste...en dat biedt veel hoop voor het verkoopvak!

Het onderzoek

In dit onderzoek zijn zowel inkopers als verkopers gevraagd naar hun mening over de rol van de verkoper in de buying journey van strategische producten en diensten. En daaruit komen een aantal verrassende resultaten naar voren. Inkopers blijken een ander beeld te hebben dan verkopers bij bijvoorbeeld het ideale moment in de buying journey om elkaar te ontmoeten, óf de rol van 'social selling' daarin.

Het seminar

De Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN) in samenwerking met Mercuri International en met ondersteuning van de SMA, de NEVI, Hogeschool West-Vlaanderen (HOWEST) en Hogeschool Gent (HOGENT), nodigen u uit op het seminar waar wij de resultaten van dit onderzoek graag met u delen. Daarnaast gaan we samen met u op zoek naar mogelijke verklaringen voor de soms verrassende uitkomsten.

U kan de samenvatting van de resultaten hier lezen en downloaden.



www.mercuri.net