

DiagnoZA Procesu Sprzedaży B2B

Odkryj potencjał wzrostu Twojej firmy

wersja 2.0







CZĘŚĆ PIERWSZA

###

### **Podstawowe informacje**

Imię i nazwisko: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nazwa firmy: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

E-mail służbowy: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_(na ten adres odeślemy Twoją diagnozę)

Stanowisko: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Branża:**

* [ ] Produkcja
* [ ] IT i oprogramowanie
* [ ] Usługi profesjonalne
* [ ] Budownictwo i nieruchomości
* [ ] Sprzedaż hurtowa
* [ ] Logistyka i transport
* [ ] Inna: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Wielkość firmy (liczba pracowników):**

* [ ] 10-50
* [ ] 51-100
* [ ] 101-250
* [ ] 251-500
* [ ] Powyżej 500

**Roczny przychód firmy:**

* [ ] Do 5 mln zł
* [ ] 5-20 mln zł
* [ ] 21-50 mln zł
* [ ] 51-100 mln zł
* [ ] Powyżej 100 mln zł

CZĘŚĆ DRUGA

**1. Czy posiadasz udokumentowany, powtarzalny proces sprzedaży?**

* [ ] Tak, kompleksowy i regularnie aktualizowany
* [ ] Tak, ale nie jest regularnie aktualizowany
* [ ] Częściowo (niektóre elementy są udokumentowane)
* [ ] Nie, działamy głównie na podstawie doświadczenia
* [ ] Nie wiem

**2. Ile etapów zawiera Twój typowy proces sprzedaży?**

* [ ] 1-3 etapy
* [ ] 4-6 etapów
* [ ] 7-10 etapów
* [ ] Powyżej 10 etapów
* [ ] Nie mamy zdefiniowanych etapów

**3. Jaka jest średnia długość cyklu sprzedaży w Twojej firmie?**

* [ ] Poniżej 30 dni
* [ ] 30-90 dni
* [ ] 91-180 dni
* [ ] 181-365 dni
* [ ] Powyżej 365 dni

**4. Który etap procesu sprzedaży najczęściej stanowi wąskie gardło?** (możesz zaznaczyć maksymalnie 2 odpowiedzi)

* [ ] Generowanie leadów
* [ ] Kwalifikacja potencjalnych klientów
* [ ] Umówienie pierwszego spotkania
* [ ] Prezentacja oferty
* [ ] Zarządzanie obiekcjami
* [ ] Negocjacje cenowe
* [ ] Przygotowanie i wysłanie oferty
* [ ] Finalizacja umowy
* [ ] Onboarding nowego klienta

**5. Jaki procent potencjalnych klientów (leadów) konwertuje się na klientów?**

* [ ] Poniżej 5%
* [ ] 5-10%
* [ ] 11-20%
* [ ] 21-40%
* [ ] Powyżej 40%
* [ ] Nie mierzymy tego wskaźnika

**6. Czy wykorzystujesz metodologię consultative selling (sprzedaż doradcza)?**

* [ ] Tak, zawsze
* [ ] Tak, w większości przypadków
* [ ] Czasami
* [ ] Rzadko
* [ ] Nie
* [ ] Nie jestem zaznajomiony/a z tą metodologią

**7. W jaki sposób najczęściej kontaktujesz się z potencjalnymi klientami podczas procesu sprzedaży?** (możesz zaznaczyć maksymalnie 3 odpowiedzi)

* [ ] Bezpośrednie spotkania
* [ ] Rozmowy telefoniczne
* [ ] Wideokonferencje
* [ ] Email
* [ ] Media społecznościowe
* [ ] Webinary i wydarzenia online
* [ ] Inne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**8. Jak często przeprowadzasz analizę przegranych ofert?**

* [ ] Po każdej przegranej ofercie
* [ ] Regularnie (np. raz w tygodniu/miesiącu)
* [ ] Sporadycznie
* [ ] Tylko przy znaczących ofertach
* [ ] Nie przeprowadzamy takich analiz

**9. Czy Twoja firma posiada standardowe procesy eskalacji w przypadku problemów z kluczowymi klientami?**

* [ ] Tak, szczegółowo zdefiniowane
* [ ] Tak, ale nieformalne
* [ ] W trakcie rozwoju
* [ ] Nie
* [ ] Nie dotyczy

**10. W jakim stopniu Twój proces sprzedaży jest zintegrowany z działaniami marketingowymi?**

* [ ] Pełna integracja (wspólne cele, regularna współpraca)
* [ ] Dobra integracja (regularna komunikacja)
* [ ] Umiarkowana integracja (sporadyczna współpraca)
* [ ] Minimalna integracja (ograniczona komunikacja)
* [ ] Brak integracji (działają niezależnie)

**11. Jak często aktualizujecie materiały sprzedażowe i propozycje wartości?**

* [ ] Kwartalnie lub częściej
* [ ] Co pół roku
* [ ] Raz w roku
* [ ] Rzadziej niż raz w roku
* [ ] Tylko gdy jest to absolutnie konieczne

**12. Czy Twój zespół stosuje cross-selling i up-selling do istniejących klientów?**

* [ ] Systematycznie według planu
* [ ] Regularnie, ale bez formalnego planu
* [ ] Sporadycznie
* [ ] Rzadko
* [ ] Wcale

**13. Jakie narzędzia wykorzystujecie do zarządzania procesem sprzedaży?** (możesz zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź)

* [ ] CRM
* [ ] Narzędzia do automatyzacji sprzedaży
* [ ] Narzędzia do analityki i raportowania
* [ ] Arkusze kalkulacyjne (Excel)
* [ ] Zarządzanie dokumentami (SharePoint, Google Drive)
* [ ] Narzędzia do komunikacji zespołowej
* [ ] Inne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* [ ] Nie korzystamy z dedykowanych narzędzi

**14. W jaki sposób mierzycie sukces procesu sprzedaży?** (możesz zaznaczyć maksymalnie 3 najważniejsze)

* [ ] Całkowity przychód
* [ ] Marża/zyskowność
* [ ] Współczynnik konwersji
* [ ] Średnia wartość transakcji
* [ ] Długość cyklu sprzedaży
* [ ] Wskaźnik utrzymania klientów
* [ ] Liczba nowych klientów
* [ ] Inne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**15. Jakie są największe wyzwania w Twoim procesie sprzedaży?** (maksymalnie 3 odpowiedzi)

* [ ] Generowanie wysokiej jakości leadów
* [ ] Długi cykl sprzedaży
* [ ] Niski współczynnik konwersji
* [ ] Trudności w różnicowaniu się od konkurencji
* [ ] Zarządzanie obiekcjami cenowymi
* [ ] Ograniczone zasoby zespołu sprzedaży
* [ ] Brak odpowiednich narzędzi i systemów
* [ ] Niska efektywność działań sprzedażowych
* [ ] Trudności w prognozowaniu sprzedaży
* [ ] Inne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### **Dodatkowe uwagi**

Czy jest coś jeszcze, co chciałbyś/chciałabyś nam przekazać na temat procesu sprzedaży w Twojej firmie?

###

### Co dalej?

**Dziękujemy za wypełnienie ankiety! Odeślij nam plik na adres:** **rszczap@ockham.pl**

**Spersonalizowany raport diagnostyczny zostanie wysłany na podany Twój adres e-mail w ciągu 48 godzin.**

**W międzyczasie możesz zarezerwować bezpłatną 30-minutową konsultację z naszym ekspertem, aby omówić wyniki Twojej diagnostyki i potencjalne obszary poprawy.**

[**www.ockham.pl**](http://www.ockham.pl/)

Team Ockham