

Czy Twój zespół sprzedaży działa na pełnych obrotach?

18+

lat praktyki
sprzedaży B2B

Zaznacz, co nie działa w Twojej firmie. Szczere odpowiedzi to podstawa diagnozy.

Branże: agro | produkcja | logistyka | IT | technologia | usługi B2B

Odbiorcy: manager, dyrektor, właściciel, prezes

SPIN Selling

Sandler

Challenger

LISTA DIAGNOSTYCZNA

Zaznacz każdy punkt, który rozpoznajesz w swojej firmie. Otrzymasz wynik diagnozy.

PROCES SPRZEDAŻY

Sprzedajesz bez higieny, wartości tylko na papierze

Proces sprzedaży nie odzwierciedla wartości firmy. Zespół działa intuicyjnie, bez jasnych zasad jak rozmawiamy i czego nie robimy.

Kwalifikujesz wszystkich, więc tracisz mnóstwo czasu

Ponad 70% czasu sprzedażowego marnowane jest na leady, które nigdy nie zamkną transakcji. Brak matrycy Must-Have.

Sprzedajesz cenę zamiast realnej wartości

Oferty oparte na intuicji, bez powiązania z mierzalną wartością dla klienta. Rozmowy zaczynają się od ile kosztuje? zamiast jaki problem rozwiązujemy?

Brak czasu na rutynowe aktywności sprzedażowe

80% klientów B2B wymaga 5–7 kontaktów, ale większość firm rezygnuje po 1–2 próbach. Zero automatyzacji potęguje utratę okazji.

ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM

Sprzedajesz jak Ty chcesz, nie jak klient kupuje

Ignorujesz ścieżkę zakupową klienta. Narzucasz swój proces sprzedaży zamiast dostosować się do decyzji klienta.

Szkolenia bez wdrożenia i egzekucji

Energia po warsztacie trzyma się 2 tygodnie. Potem zespół wraca do starych nawyków, bo nikt nie pilnuje wdrożenia i zmiany zachowań.

Właściciel wciąż domyka największe transakcje

Firma nie ma systemu sprzedaży, która działa bez jednej kluczowej osoby. To nie jest problem motywacji zespołu to brak procesu.

Onboarding handlowca oparty na pamięci zespołu

Brak standardów i dokumentacji. Gdy handlowiec odchodzi, odchodzi razem z nim wiedza o kliencie, relacje i część szans sprzedaży.

NARZĘDZIA I DANE

Excel zamiast CRM, czyli technologia z poprzedniej dekady

Marginalne wykorzystanie CRM, Marketing Automation, AI. Brak realnego spojrzenia na sprzedaż. Wiedza w głowach ludzi, nie w systemie.

Decyzje bez danych to strzelanie na ślepo

Firmy nie wiedzą, dlaczego tracą klientów, co działa, a co nie. [Nie wiem] najczęstsza odpowiedź na pytanie o konwersję na danym etapie lejka.

Brak analizy i pomiaru kluczowych KPI

Brak 3–5 podstawowych KPI: konwersja z leada na klienta, średni czas zamknięcia, powód rezygnacji, długość cyklu sprzedaży.

Prognoza sprzedaży oparta na nadziei

CRM uzupełniany po fakcie. Dane trafiają do systemu głównie po to, żeby zamknąć cotygodniowe spotkanie.

KLIENT I WARTOŚĆ

Brak kryteriów kwalifikacji, rozmowy z każdym

Nie wiesz, kto nie jest Twoim klientem [brak ICP]. Brak kluczowych pytań prowadzi do rozmów bez wartości po obu stronach.

Brak propozycji wartości dla każdego segmentu

Każdy segment klienta wymaga osobnej propozycji wartości [UVP]. Jeden komunikat do wszystkich to komunikat bez sukcesu.

Agresywna sprzedaż w złym momencie procesu

Działanie w złym momencie, niedostosowanie języka do etapu zakupowego klienta. Zgubione leady, klienci kupują u konkurencji, nie ma wartości.

Twój wynik:

1–3 Dobry punkt startowy

4–7 Warto porozmawiać

8–11 Pilne

12+ Zadzwoń dziś

Umów 30-minutową rozmowę diagnostyczną. Zero sprzedaży.

Sprawdzamy, gdzie ucieka wynik. Co naprawić w pierwszej kolejności. I czy wspólna praca ma sens. Bez zobowiązań tylko konkretne kroki, wstępna diagnoza.

Zarezerwuj termin rozmowy