

BRUG AF CRM I B2B-VIRKSOMHEDER

En spørgeundersøgelse blandt salgschefer og salgsdirektører
i danske virksomheder



HVORDAN GÅR DET MED AT STRUKTURERE OG DIGITALISERE?

Hvis der er et område, som nyder godt af digitaliseringen, er det salg. Vi oplever det hver især, når vi handler på nettet personligt eller til vores virksomhed. Der er nærmest ikke grænser for, hvor personlig salgsindsatsen føles. De nye teknologier benyttes flittigt.

Hvordan ser det ud inden for B2B-handel? Er salgsprocessen her lige så struktureret, eller hænger den digitale udvikling lidt i bremsen, måske af gode grunde, fordi det personlige salg over en kop kaffe eller via en sludder i telefonen stadig er det, der virker – og forventes...

Det satte vi os for at finde ud af ved hjælp af en spørgeundersøgelse om CRM blandt salgschefer og salgsdirektører i et stort antal virksomheder.

Resultatet er den rapport, du har foran dig nu.

CRM og struktureret salgsproces deler vandene

Når det handler om CRM-system, struktureret salgsproces og online interaktion i salget er der meget delte meninger i B2B-handel, viser spørgeundersøgelsen.

I alt cirka 60% har et CRM-system, og 10% vil anskaffe et. Men 31% mener ikke, de har brug for det.

Cirka 30% har fokus på at lade online interaktion overtage det personlige salg. 50% siger, at det ikke umiddelbart kommer til at ske.

56% har en klart defineret salgsproces, som er guidet af systemer. Cirka 33% har ikke en struktureret proces.

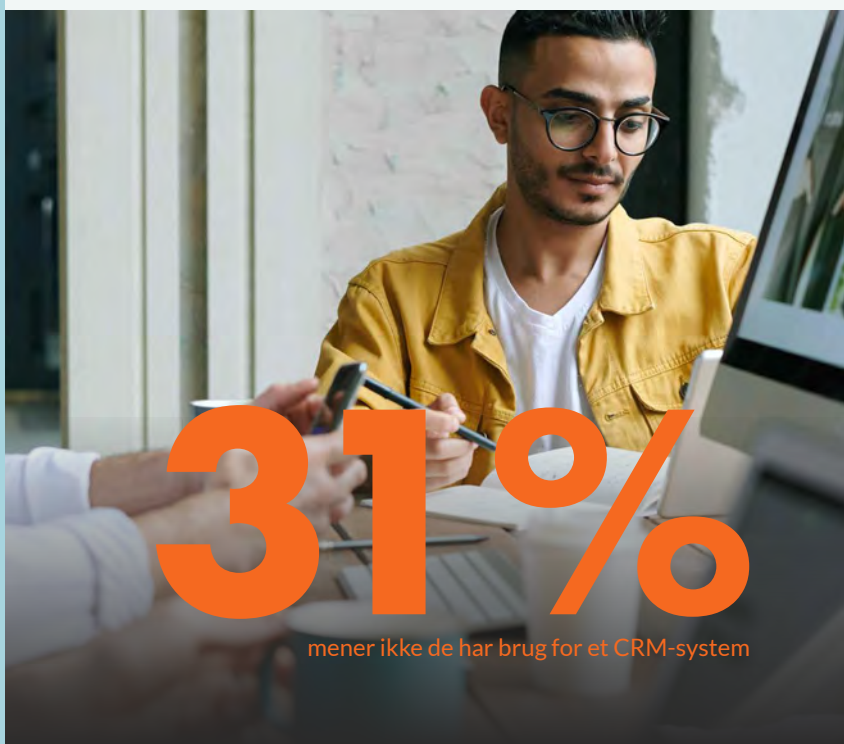
På de følgende sider kan du læse alle resultaterne af spørgeundersøgelsen. God fornøjelse.

Med venlig hilsen
SuperOffice

Sådan har vi gjort:

Første version af rapporten er baseret på telefoninterviews gennemført fra januar til april 2023.

- » Besvarelser: 100
- » Rolle: Salgschef, salgsdirektør eller lignende
- » Virksomheder med flere end 25 ansatte inden for B2B-handel



1 ARBEJDER I MED EN STRUKTURERET SALGSPROCES I DAG?

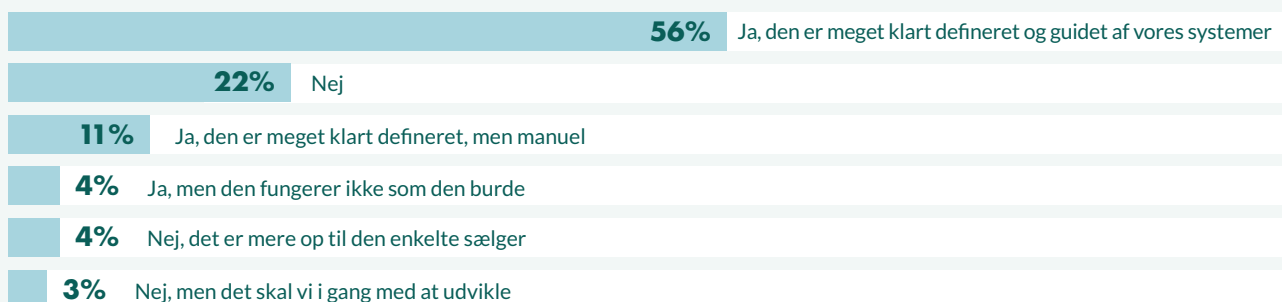
Hver tredje virksomhed har ikke en struktureret salgsproces

I mange virksomheder er digitale værktøjer en indarbejdet og væsentlig del af salgsprocessen. Føling med kunden og kendskab til historikken på basis af et CRM system hjælper med til at lukke et salg.

I over halvdelen af danske B2B-handelsvirksomheder er kunderelationsstyring en fast – og uundværlig – del af salgsprocessen.

Men i hver fjerde virksomhed forholder det sig anderledes. Her er salgsprocessen ikke struktureret, viser spørgeundersøgelsen. Og lægger man de virksomheder til, som svarer, at de "har en struktureret proces, men at den ikke fungerer, som den burde", at "det er op til den enkelte sælger", eller "det er noget vi skal i gang med", så lander procentandelen på i alt 33.

Det er altså hver tredje B2B-virksomhed, der ikke har en struktureret salgsproces.



33%

har ikke en struktureret salgsproces



33%

af virksomhederne er igang med en transformation

2

I HVILKET OMFANG PLANLÆGGER I AT LADE ONLINE INTERAKTION OVERTAGE DET PERSONLIGE SALG?

Digitale værktøjer vinder større indpas i salget

Intet over eller ved siden af den personlige kontakt! Sådan har det været i årtier – og nogle brancher er mere konservative end andre. Hvorfor forandre noget, der virker?

Det personlige salg er dog udfordret af online interaktion – også inden for B2B-handel.

16 % af de adspurgte i undersøgelsen svarer, at online interaktion allerede har overtaget en del af de personlige kontakter. Og 14 % har planer om, at det skal ske.

Totalt set er en tredjedel af virksomhederne således i gang med transformationen over imod mere online interaktion.

Halvdelen af virksomhederne i undersøgelsen har ingen planer om at ændre noget lige nu. Hvortil kommer 16 %, der ikke mener, online interaktion er relevant.

50%	Det kommer ikke umiddelbart til at ske
16%	Det er ikke relevant
16%	Det gør vi allerede delvist i dag
14%	Det er planen på sigt
4%	Det ved jeg ikke

3 HVILKE AF NEDENSTÅENDE KUNDEINFORMATIONER, KAN JERES SÆLGERE NEMT DANNE SIG ET OVERBLIK OVER?

Stor forskel på, hvor nemt sælgerne kan få adgang til relevante kundeinformationer

Et væsentlig udbytte af den digitale transformation er muligheden for at dele data på tværs i organisationen som udgangspunkt for effektive processer.

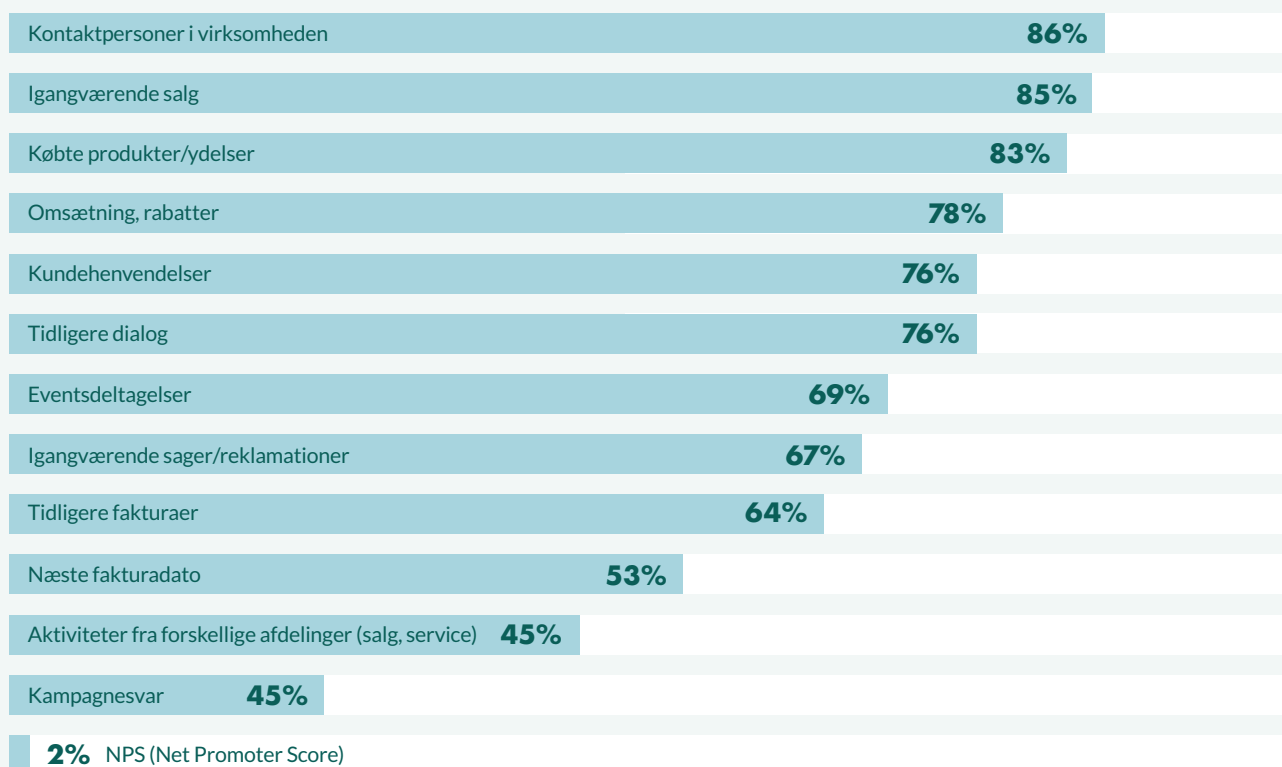
For eksempel på tværs af salg, marketing og service.

Vores spørgeundersøgelse viser, at sælgere i B2B-handelsvirksomheder har nemmest adgang til informationer om igangværende salg og købte produkter og ydelser.

Når det gælder kundehenvendelser og tidligere dialog daler andelen af respondenter, der svarer, at adgangen til informationer er nem, til omkring 75%.

Og andelen falder drastisk, når der spørges ind til aktiviteter i serviceafdelingen og kampagnesvar (marketing). Kun 2% har nem adgang til Net Promoter Score.

Det indikerer, at IT-systemerne ikke understøtter alle dele af kunderelationerne, så sælgerne faktisk ikke har al den relevante information, de kunne have brug for.



“ For os er det helt afgørende, at vi kan arbejde i ét system, at alle har adgang til de samme informationer, og at vi kan arbejde målrettet omkring vores aktiviteter, kunder og i vores serviceforretning,” siger Jakob Vangby, adm. direktør, Vangby A/S. ”

Læs hele kundehistorien her [» » »](#)



“ Jeg kan finde frem til al den viden, vi alle sammen har på tværs af hele organisationen, og gå ind på hver kunde inden et kundemøde f.eks. – så man er helt up-to-date,” siger Peter Bjergsted, Key Account Manager, F. Engel. ”

Læs hele kundehistorien og se videointerview her » » »

4 HAR I ET CRM SYSTEM I DAG?

Fire ud af 10 B2B-virksomheder har ikke et CRM-system

Undersøgelsen viser, at B2B-virksomhederne nærmest er opdelt i to halvdele, når det gælder CRM-system.

6 ud af 10 har et CRM-system, mens 4 ud af 10 ikke har brug for det, bruger Excel til kundesrelationsstyring eller er på vej til at investere i et system.

Dermed ser det ud til, at B2B-virksomheder er en branche, hvor en relativt stor procentdel af virksomhederne ikke prioriterer eller hidtil ikke har set et behov for at opnå fordelene i en digitalisering.

I alt 6% siger, at de enten ikke er tilfredse med deres CRM-system eller ikke bruger det nok. Det antyder, at der fortsat er udfordringer med at implementere og få udnyttelse af CRM-systemet. Måske er der valgt et system, der ikke i tilstrækkelig grad er intuitivt.



5

HVAD KUNNE I GODT TÆNKE JER AT VÆRE BEDRE TIL, NÅR DET GÆLDER KUNDERELATIONER?

CRM løsning kunne strømline kunderelationerne i mange B2B-virksomheder

Salgsledelsen i danske B2B-virksomheder peger på en lang række områder, hvor de kunne tænke sig at blive bedre til at håndtere kunderelationer.

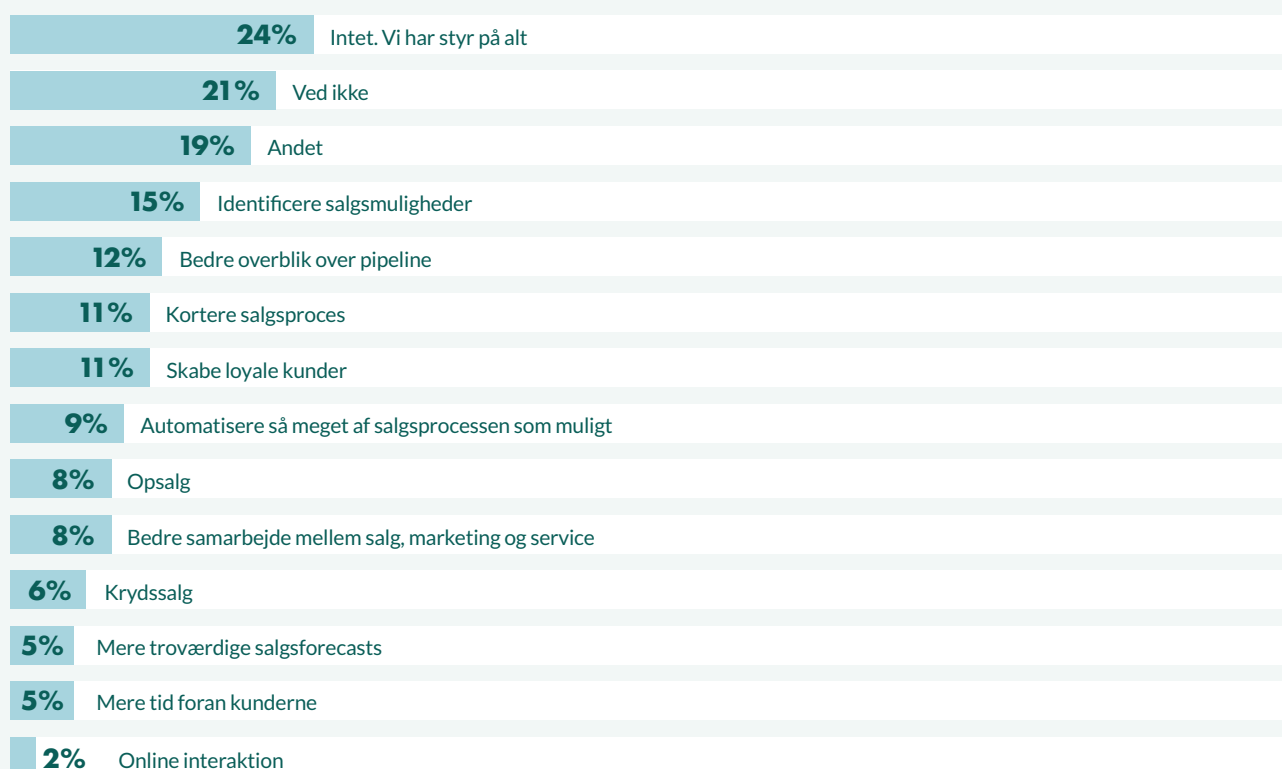
Erfaringsmæssigt kunne langt de fleste af disse forbedringer nemt opnås ved hjælp af et effektivt CRM system.

Eksempelvis ønsker 15% at bliver bedre til at identificere salgsmuligheder – en central CRM-funktion, hvor fokus på de rigtige kundeemner og mest lønsomme muligheder styrker pipelinen.

12% ønsker bedre overblik over pipelinen, og 9% vil gerne automatisere så meget af salgsprocessen som muligt. Begge dele er noget, som relativt nemt kan løses med et CRM-system.

8% ønsker bedre samarbejde mellem salg, marketing og service. Her vil digitaliseringen ved hjælp af et CRM-system også vise sin styrke, idet det binder de tre afdelinger effektivt sammen og faciliterer videns- og datadeling.

Cirka hver fjerde virksomhed mener ikke, der er noget at forbedre. Og relativt store procentandele svarer "ved ikke" eller "andet".



11%

vil gerne have en kortere salgsproces





cloud

har mange fordele fx. høj driftssikkerhed, fleksibilitet, skalérbarhed, lavere omkostninger

6 PÅ EN SKALA FRA 0-100%, HVOR STOR EN DEL AF JERES FORRETNINGSSYSTEMER ER CLOUDBASEREDE?

Mange danske B2B-handelsvirksomheder er i cloud – eller på vej

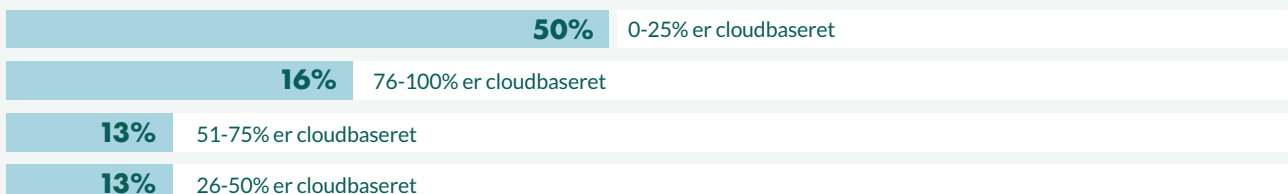
I 40% af de danske B2B-virksomheder er over halvdelen af forretningssystemerne cloudbaserede. Og i 27% af virksomhederne er cloudandelen på mellem 76 og 100%.

Der er dog stadig en relativ stor andel af virksomhederne i spørgeundersøgelsen, hvor cloud fylder mindre. 47% af de adspurgte svarer, at mellem 0 og 25% af deres forretningssystemer er i cloud.

I 13% af de adspurgte virksomheder ligger andelen af systemer i cloud på mellem 25 og 50%.

Svarene viser, at mange danske B2B-virksomheder har taget cloud til sig – men at der omvendt også er temmelig lang vej igen, før cloudbaseringen er det oplagte valg.

Branchen kan ellers opnå mange fordele i cloud som for eksempel fleksibilitet og skalérbarhed, bedre sikkerhed og databeskyttelse, høj driftssikkerhed og lavere omkostninger.



7 HVAD SKER DER MED KUNDEINFORMATIONERNE, NÅR EN SÆLGER FORLADER JER?

B2B-handelsvirksomheder værner om kundeinformationer ved medarbejderskift

Den tid, hvor hele kundekartoteket gik tabt, når en medarbejder forlod virksomheden, ser ud til at være passé.

I hvert fald svarer 73% af de adspurgte i spørgeundersøgelsen, at de har styr på al data og kommunikation med kunden, så en ny sælger kan fortsætte, hvor den forrige slap.

Resultatet indikerer, at der er et væsentligt fokus på kunde-relationsstyring, herunder ved hjælp af et CRM-system.

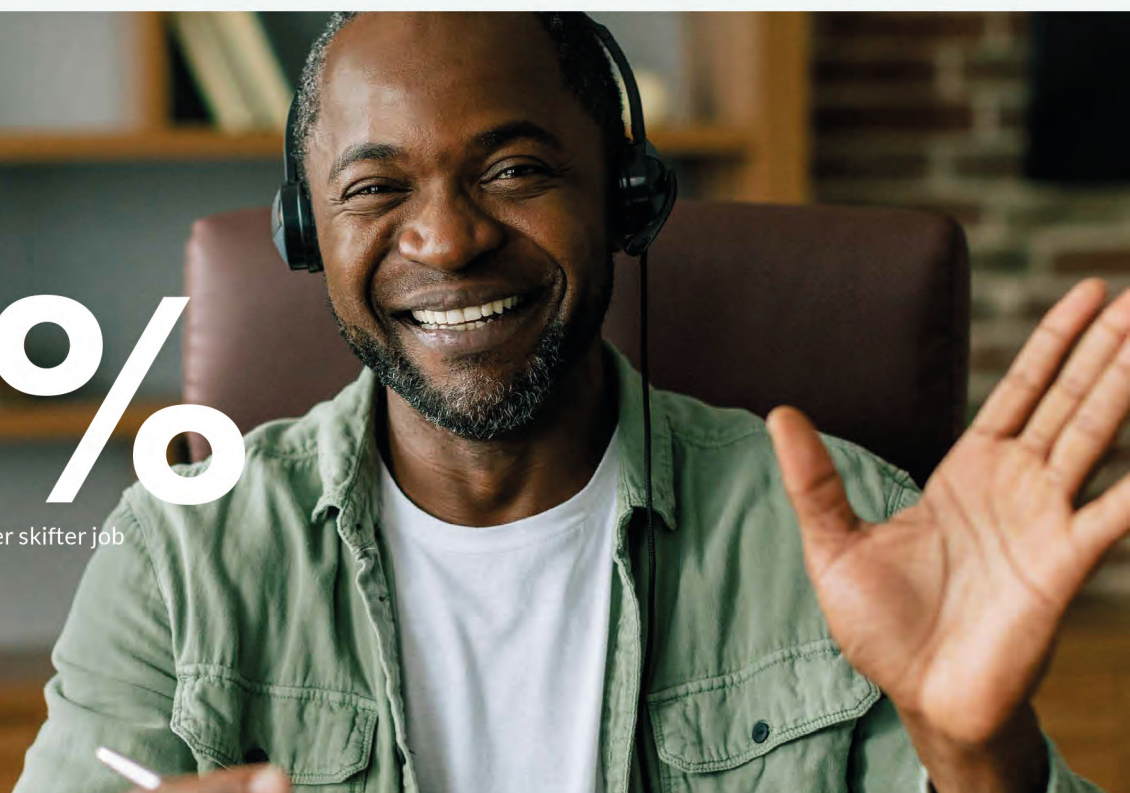
Men for op imod 10% af virksomhederne er overlevering af kunderelationer ved medarbejderskift en udfordring, der er så stor, at risikoen for at miste såvel data og dialog som selve kunden er overhængende.

Hertil kommer, at 10% af de adspurgte salgschefer ikke ved, hvad der sker, når en sælger skifter job. Der er med andre ord fare for kontinuiteten i kunderelationerne i cirka hver femte B2B-virksomhed.



10%

har udfordringer når en sælger skifter job





38%

har IKKE en CRM-strategi

8

HVOR ENIG ELLER UENIG ER DU I FØLGENDE UDSAGN:

B2B-virksomheder leverer "super" kundeoplevelser – men et par advarselslamper er tændt

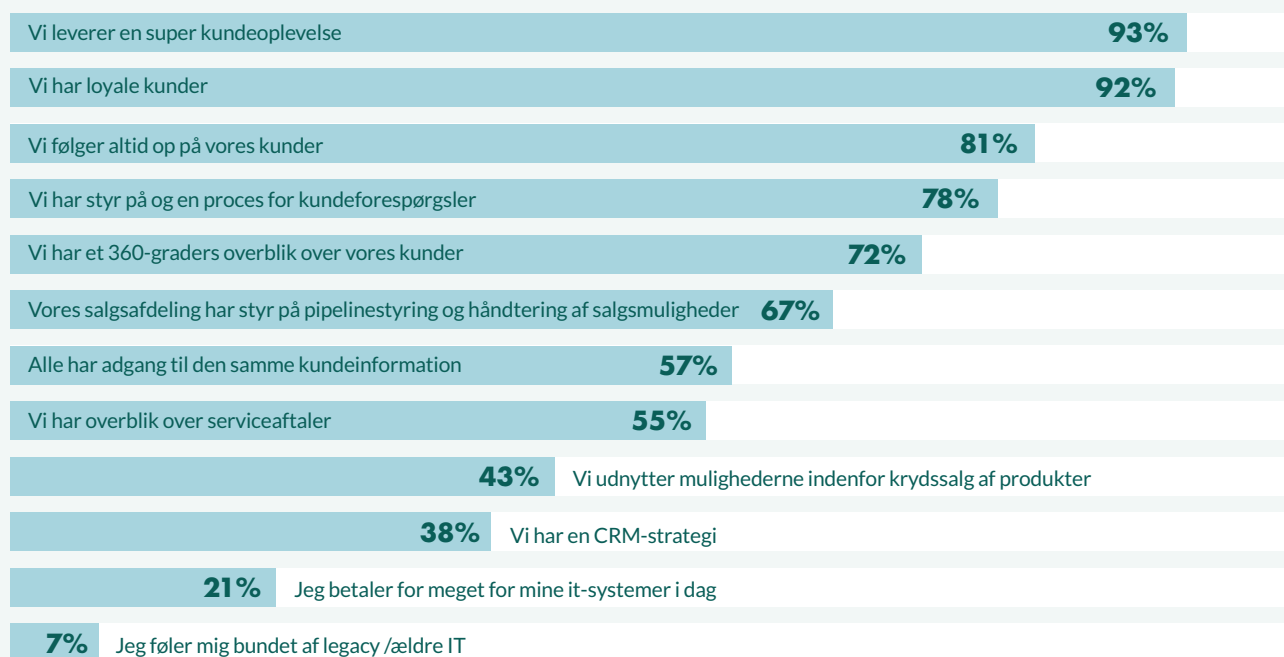
Når salgsledelsen i danske B2B-virksomheder bliver bedt om at svare på, om de er enige i en række centrale udsagn, kommer "vi leverer en super kundeoplevelse" ind på førstepladsen.

93% af virksomhederne er enige i det udsagn, og lige i hælene følger "vi har loyale kunder" med 92%.

Der dryppes dog også lidt malurt i bægeret, for kun 38%

er enige i udsagnet "vi har en CRM-strategi" – altså en strategi for, hvordan kunderelationer håndteres.

En anden advarselslampe tændes, idet kun 57% er enige i udsagnet "alle har adgang til den samme kundeinformation". De to svarprocenter tyder på, at der er forbedringspotentiale i forhold til både den strategiske planlægning, facilitering af kunderealtionerne og deling af data på tværs af afdelinger.



KONKLUSION:

SALGSPROCESSEN KAN BLIVE MERE STRUKTURERET



Spørgeundersøgelsen viser, at mange virksomheder i B2B-handlen arbejder struktureret med kunderelationsstyring. Men samtidig afsløres store "huller" i den strategiske tilgang til salget.

- Hver tredje virksomhed i B2B-handlen har ikke en struktureret salgsproces
- Fire ud af 10 B2B-handelsvirksomheder har ikke et CRM-system
- Kun 38% af de adspurgte er enige i udsagnet om, at "vi har en CRM-strategi"
- Salgsledelsen i mange virksomheder går med ønsker om at blive bedre til kunderelationsstyring som udgangspunkt for eksempelvis at kunne identificere flere salgsmuligheder
- Næsten halvdelen af B2B-handelsvirksomhederne i spørgeundersøgelsen har en relativt lille del af deres forretningssystemer i cloud (mellem 0 og 25%)
- I hver femte virksomhed er kontinuiteten i kunderelationen i fare ved medarbejderskift i salgsafdelingen

Spørgeundersøgelsen viser dog også en bevægelse hen imod mere digitalisering. Over en tredjedele af virksomhederne er nemlig i gang med transformationen fra personligt salg til online interaktion med kunderne.

33%

af B2B-handelsvirksomhederne har ikke et CRM-system

SUPEROFFICE CRM - PLATFORM TIL ØGET OMSÆTNING

Med SuperOffice i cloud har I alt, hvad I behøver til at organisere jeres kunderelationsstyring, effektivisere salget og skabe vækst i omsætningen. Systemet hjælper med at skabe positive kundeoplevelser og opbygge værdifulde og langvarige relationer.

I SuperOffice er alle standardapplikationer knyttet til samme kundebase og samler på den måde alle jeres kundeorienterede processer – salg, marketing og kundeservice – på en fælles teknologisk platform.

SuperOffice CRM tilbyder alle de nødvendige integrationer, tilpasninger og tillægsmoduler samt avanceret AI- og automatiseringsfunktionalitet.

» Overblik over kunder

Du får et omfattende og gennemsigtigt overblik over dine vigtige kunder, leverandører og kundeemner et sted. Se email-korrespondance, dokumenter, aktiviteter, salgsmøder, projekter og meget mere.

» Salgsstyring

Identificér salgsmuligheder hos nye og eksisterende kunder baseret på forretningsmæssige behov, produktsortiment og omsætningsvækst. Få præcise forecasts og pipelinestyring ved at implementere tilbud og salgsmuligheder.

» Målrettede tilbud

Send målrettede tilbud og kampagner til en bred vifte af kunder baseret på deres interesser og købshistorik. Skræddersy marketingkampagner, så de passer til de behov, dine kunder, leverandører eller butikker har i hver fase af deres livscyklus.

» ERP integration

Integrér med økonomi- og forretningskritiske platforme for at se udestående, før yderligere ordrer behandles. Se kreditbegrænsninger og andre rapporter i systemet for at tilbyde en bedre kundeoplevelse.

» Nøgletal og KPI'er

Få adgang til nøgletal og KPI'er for alle i virksomheden og opnå et bedre beslutningsgrundlag. Kombinér rapporter fra forskellige systemer (ERP, CRM) for at give ledelsen et komplet overblik over salgsmuligheder, nye kunder og omsætning.

SuperOffice CRM faciliterer et tæt samarbejde mellem salg, marketing og service.

CRM

SuperOffice CRM - har alt det du skal bruge indenfor integration, automation, tillægsmoduler samt avanceret AI teknologi





Passion

for et brugervenligt, elegant og
prisbelønnet CRM system

VORES PASSION ER FANTASTISK CRM

SuperOffice startede i 1989 på én ide om at skabe en software, der understøtter sælgerens behov og gør hans/hendes hverdag meget nemmere.

Målet var at gøre systemet så brugervenligt og elegant, at medarbejderen virkelig ønsker at bruge det, og ikke bare, fordi han eller hun skal bruge det.

I dag er SuperOffice CRM et højt rangerende system, som vinder mange priser.

"Hemmeligheden" er, at den fortsatte udvikling af systemet tager udgangspunkt i de idéer og ønsker om funktioner, som brugerne kommer med.

Og i dag favner SuperOffice CRM også kundeservice og marketing og er dermed et stærkt bud på en løsning, der optimerer alle de kunderelaterede funktioner i en samlet løsning med en fælles database.

KONTAKT OS:

Vi vil meget gerne hjælpe og besvare
dine spørgsmål

SuperOffice
Islands Brygge 41, 3.sal
2300 København S
Danmark

Tlf.: +45 7010 2201
Mail: info@superoffice.dk

Web: www.superoffice.dk

