

Idealny kandydat

Trudno jednoznacznie powiedzieć, kim jest idealny kandydat, ale w dużym uproszczeniu będzie to osoba z właściwym nastawieniem i cechami osobowościowymi prowadząca odpowiedniej skali rzetelną, rozwijającą się firmę, optymistycznie nastawiona do koncepcji networkingu, współpracy i rekomendacji. Większość tych rzeczy można określić / sprawdzić, wykorzystując narzędzia z tego rozdziału, czasami warto również zaufać intuicji.



Czerwone flagi

Pewne sygnały mogą nam mówić, że osoba, o której myśleliśmy jako o idealnym kandydacie do BNI, nie będzie właściwym klientem. Nawet jeżeli zdecyduje się na zakup Członkostwa, może nie przejść rekrutacji do Grupy lub stworzyć w niej wiele problemów. Podczas prospectingu i dobierania kandydatów uważaj na:

- informacje o problemach finansowych firmy - zatory płatnicze, niespłacone zobowiązania, informacje o zaleganiu z płatnościami;
- firmy nowo założone lub działające w nowej branży od niedługo czasu;
- osoby, które mimo niewielkiej skali deklarują działanie w wielu branżach;
- firmy o słabej opinii wśród klientów i / lub pracowników.

Na tym etapie często nie jesteśmy w stanie stwierdzić, czy dana osoba będzie dobrym kandydatem, ale niektóre symptomy powinny wysłać do nas dość jasny komunikat. BNI nie jest dla każdego.

Porządek w procesie - aspekty administracyjne

Aby utrzymać kontrolę nad procesem sprzedaży - nie przegapić szans i dobrze wykorzystać możliwości - w organizacji dużą wagę przykładamy do aspektów administracyjnych. Pomaga nam w tym kilka typów narzędzi i powiązanych z nimi procesów.

CRM - Hubspot

Praca w Hubspot - jednym z największych i najlepszych CRM na świecie pozwala nam monitorować całą ścieżkę klienta od praktycznie samego początku. System daje możliwość przypisywania akcji i przypomnień dotyczących poszczególnych potencjalnych klientów, monitorowania otwarć e-maili, czy w końcu całkiem zaawansowaną analitykę dotyczącą całego procesu sprzedaży. Będzie to Twój codzienny towarzysz i jeden z najlepszych przyjaciół, który pomoże Ci w procesie sprzedaży. Koniecznie odbądź szkolenie z wykorzystania CRM, a w razie wątpliwości nt. poszczególnych aspektów kontaktuj się z zespołem wsparcia sprzedaży, który wdroży Cię w praktyczne korzystanie z Hubspot.



Odprawy zespołów, zespołów sprzedażowych

To tutaj poruszamy bieżące zagadnienia związane ze sprzedażą, kandydatami do Grupy, prospectingiem, touchpointami czy akcjami mającymi zwiększyć dynamikę. Uczestnicz we wszystkich spotkaniach swojego zespołu, w wyznaczonych przez przełożonego spotkaniach oraz w comiesięcznej aktualizacji całego zespołu BNI Polska. Bycie „na bieżąco” znacznie ułatwi Ci osiągnięcie celu.



Listy w Arkuszach Google

W ramach utrzymywania obiegu informacji z Grupą, pracujemy również na Arkuszach Google. Staramy się od tego odchodzić, ale w tej chwili monitorowanie aktywności lub aktywny udział w arkuszach może być pomocny w procesie sprzedaży.



BNI Connect

BNI Connect to wewnętrzna platforma BNI o różnorodnych funkcjonalnościach. Członkom służy do wyszukiwania i kontaktu z Członkami z innych miast czy krajów, monitorowania swojej aktywności w Grupie, wysyłania oficjalnych zaproszeń do Gości i wielu innych rzeczy. Z poziomu Dyrektora odpowiedzialnego za sprzedaż interesują nas szczególnie funkcje związane z edycją i monitorowaniem listy Gości, szczególnie przed spotkaniem. Jeżeli cały proces działa prawidłowo, po spotkaniu Grupy dane zaproszonych Gości z BNI Connect są przenoszone do Hubspot jako dane Gości, którzy odwiedzili spotkanie. Warto znać podstawowe funkcje BNI Connect, ponieważ jest to platforma, z której korzystają Członkowie. Wiedza na temat jej możliwości ułatwi Ci sprzedaż.



Korespondencja e-mailowa

Przykładamy dużą wagę do profesjonalnej, konkretnej korespondencji biznesowej. Pokazuje ona, jak działamy jako organizacja. Warto również podpinać e-maile do Hubspota, pomaga to je skuteczniej monitorować - np. poprzez możliwość sprawdzenia, czy ktoś danego e-maila otworzył. Więcej informacji nt. korespondencji e-mailowej opisano w rozdziale związanym z komunikacją.



SMS i WhatsApp

Niektórzy preferują korespondencję SMS lub WhatsApp. Taka korespondencja rządzi się innymi prawami. Lepiej jak jest szybka, konkretna, nie opisowa. Jeżeli używasz SMS lub WhatsApp do komunikacji z kandydatem, staraj się tworzyć krótkie komunikaty. Można również pokusić się o znacznie mniej formalny styl. WhatsApp ma pewną przewagę nad SMS - możesz zobaczyć, czy kandydat odczytał wiadomość.

