



**poslovni[®]
savjetnik**
—•—
.com

Rezultati istraživanja

COVID pandemija i daljnja digitalizacija B2B
prodaje

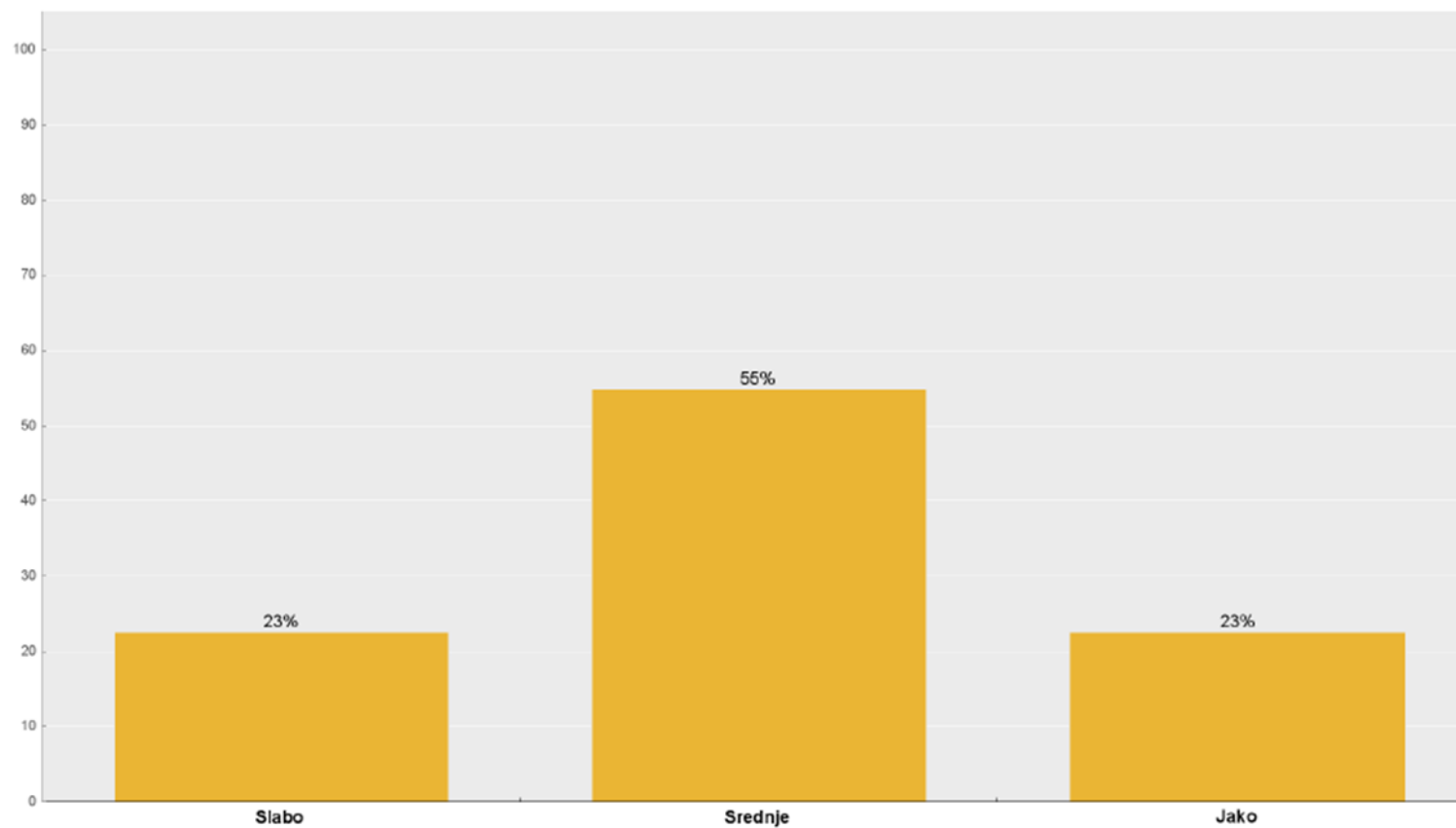


COVID pandemija i daljnja digitalizacija B2B prodaje

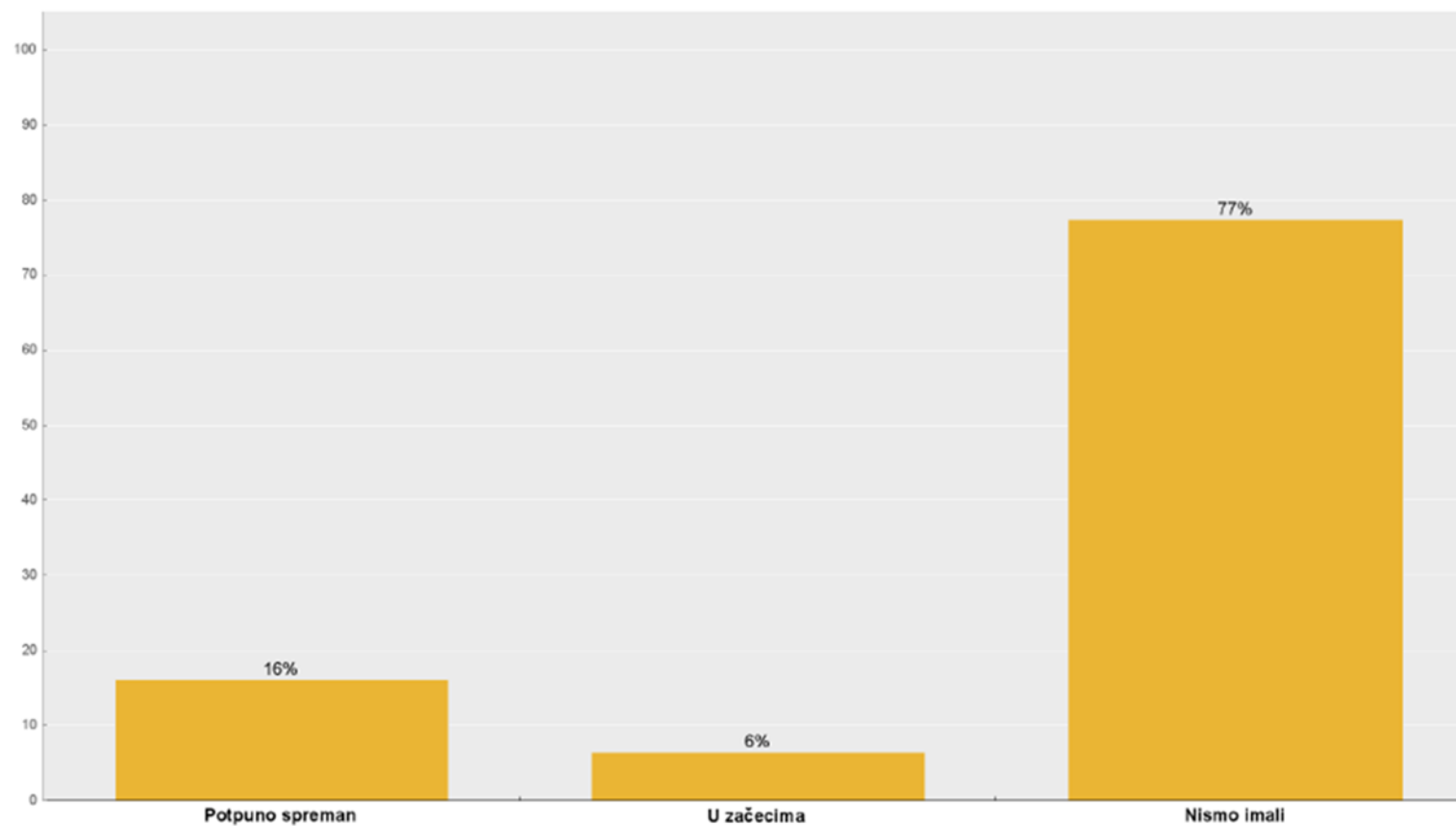
Slanje anonimnog upitnika putem e-maila na adrese hrvatskih poslovnjaka te prikupljanje i obrada rezultata by Proago d.o.o.



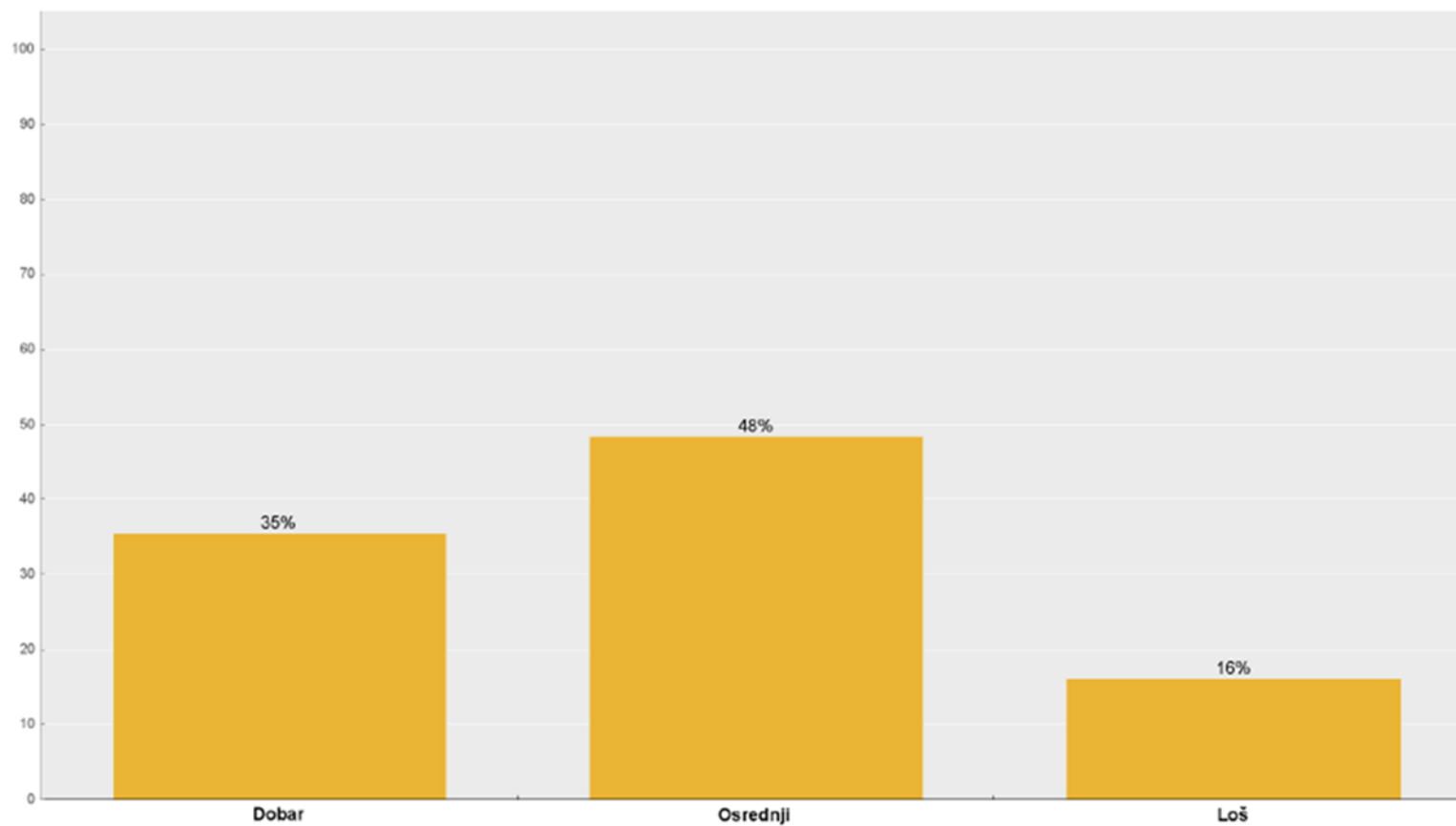
Kako je pogođeno vaše poslovanje i B2B prodaja u pandemiji?



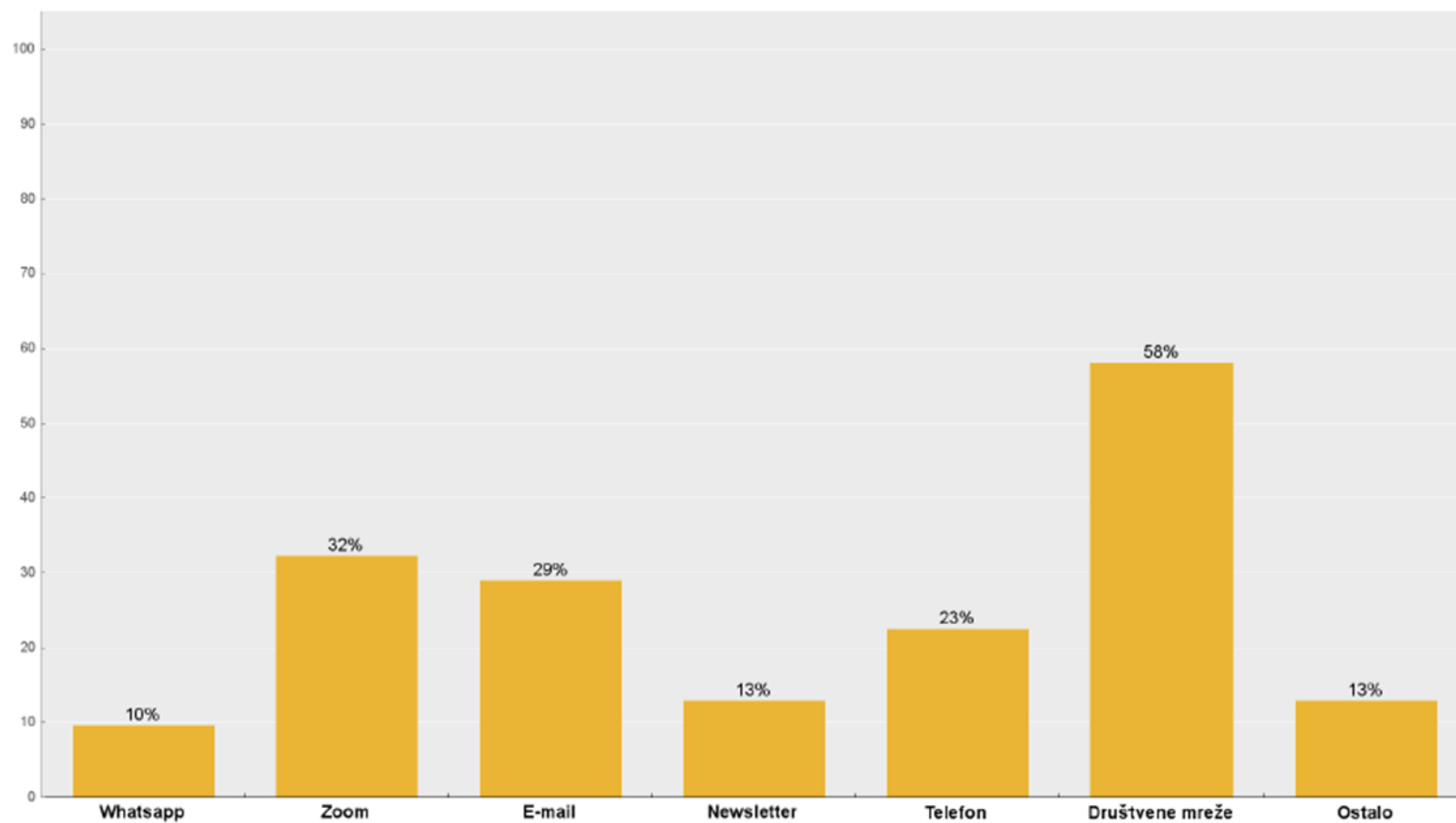
Jeste li imali spreman web-shop prije pandemije?



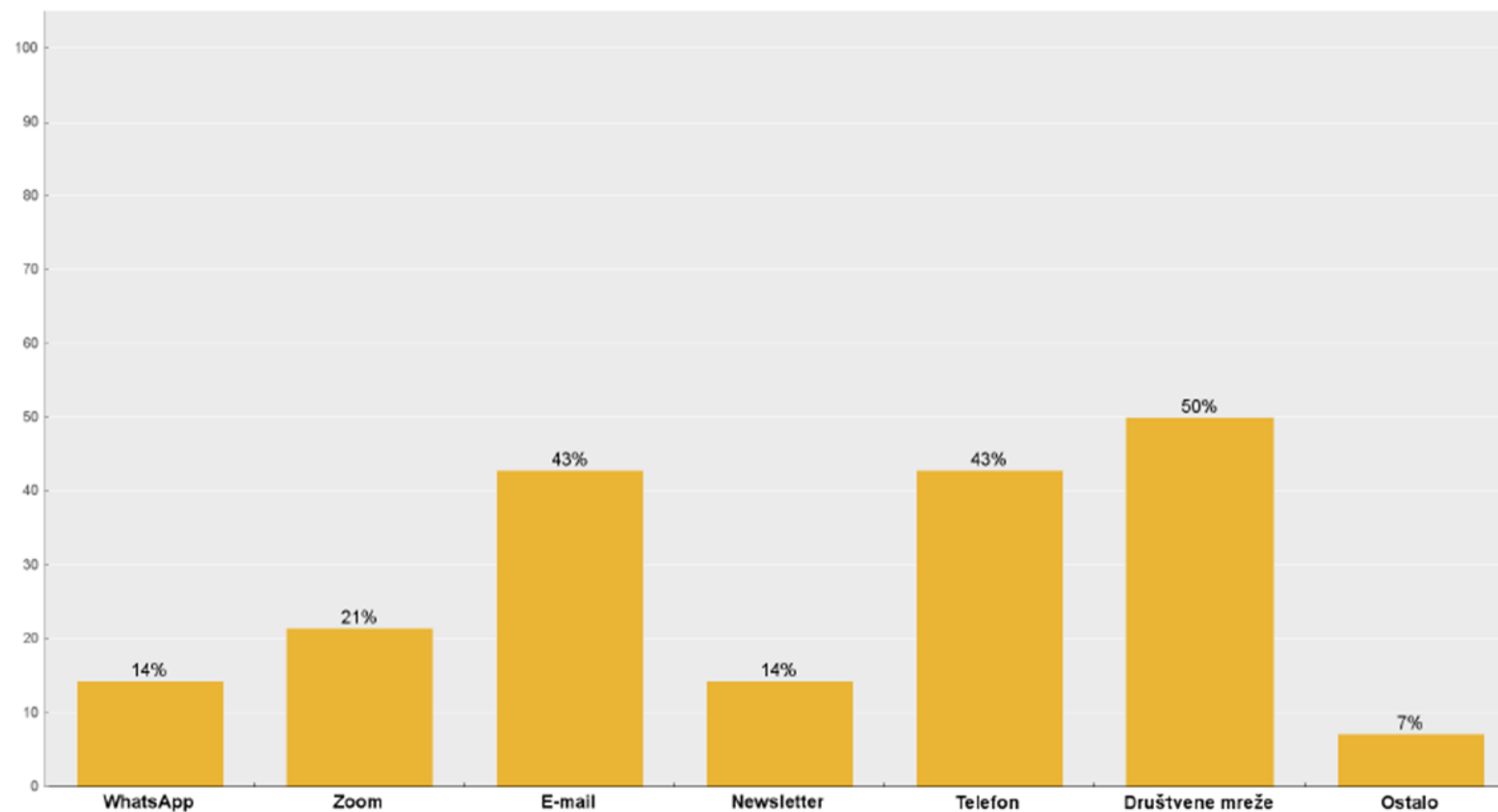
Kakav je bio odaziv kupaca na digitalne kanale komuniciranja u prodaji?



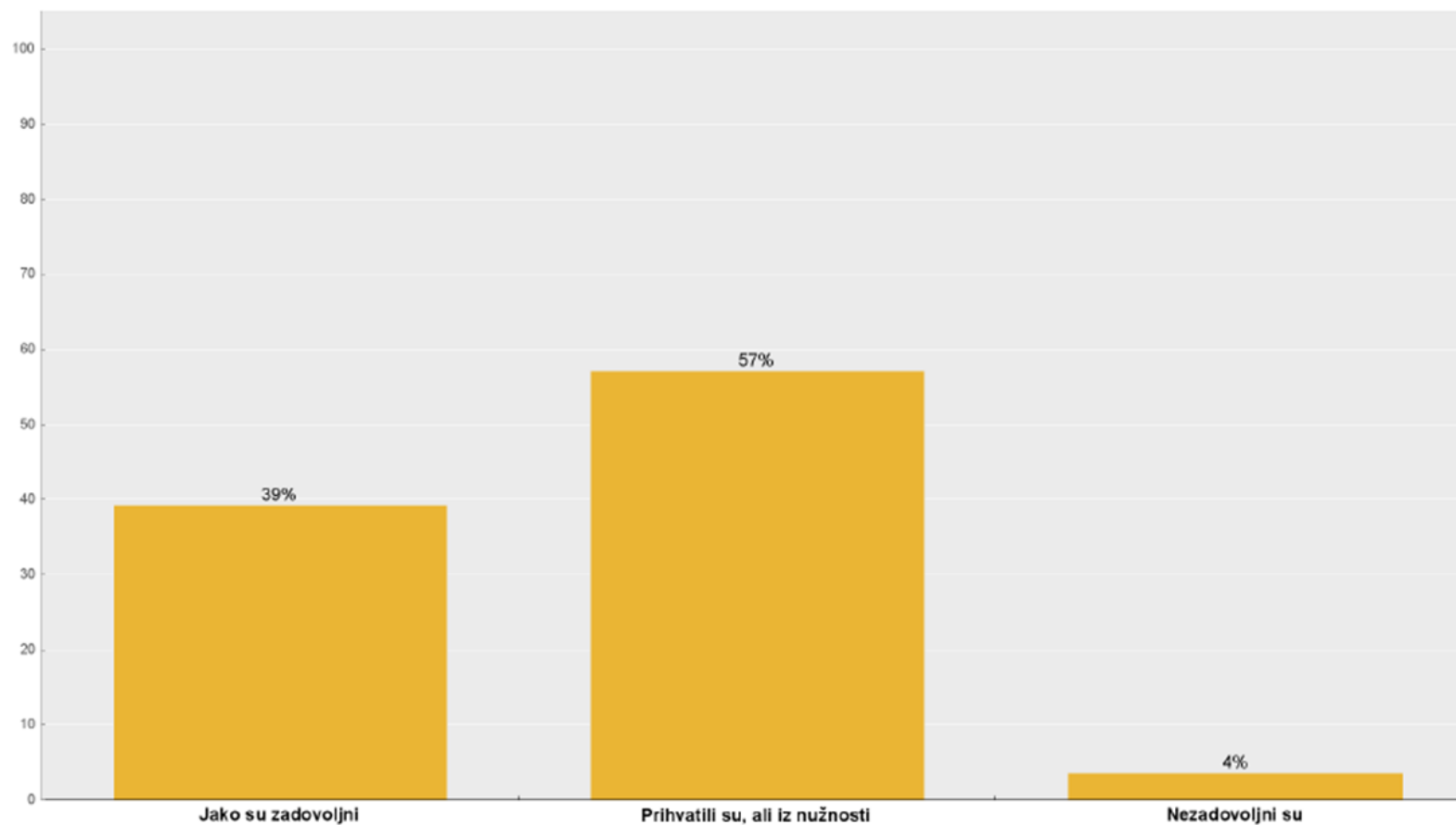
Koji ste digitalni kanal najviše razvili u vrijeme pandemije?



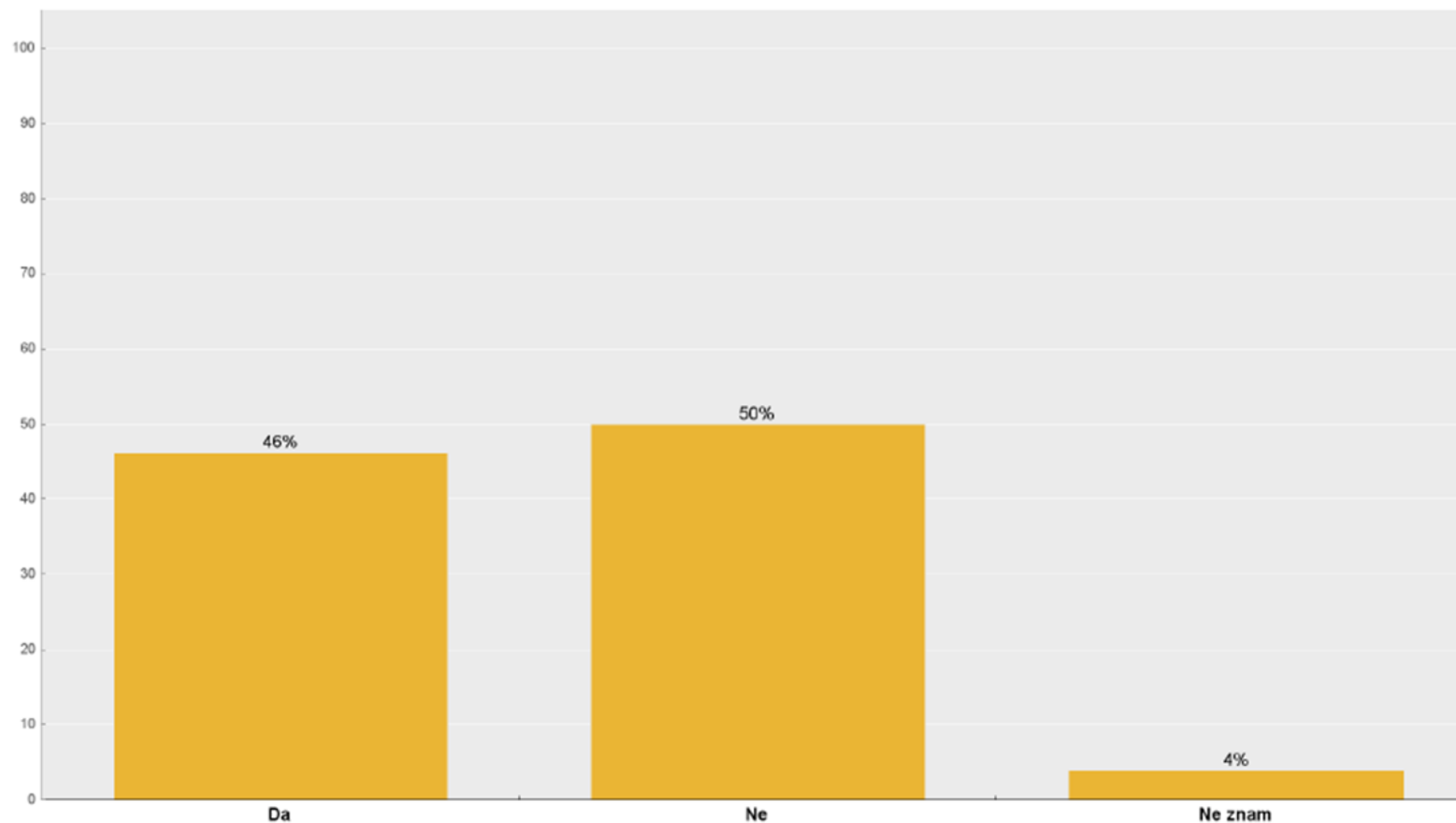
Koje digitalne kanale preferiraju vaši kupci u odnosu na kupnju/sastanke/prodaju uživo? (mogućnost više odgovora)



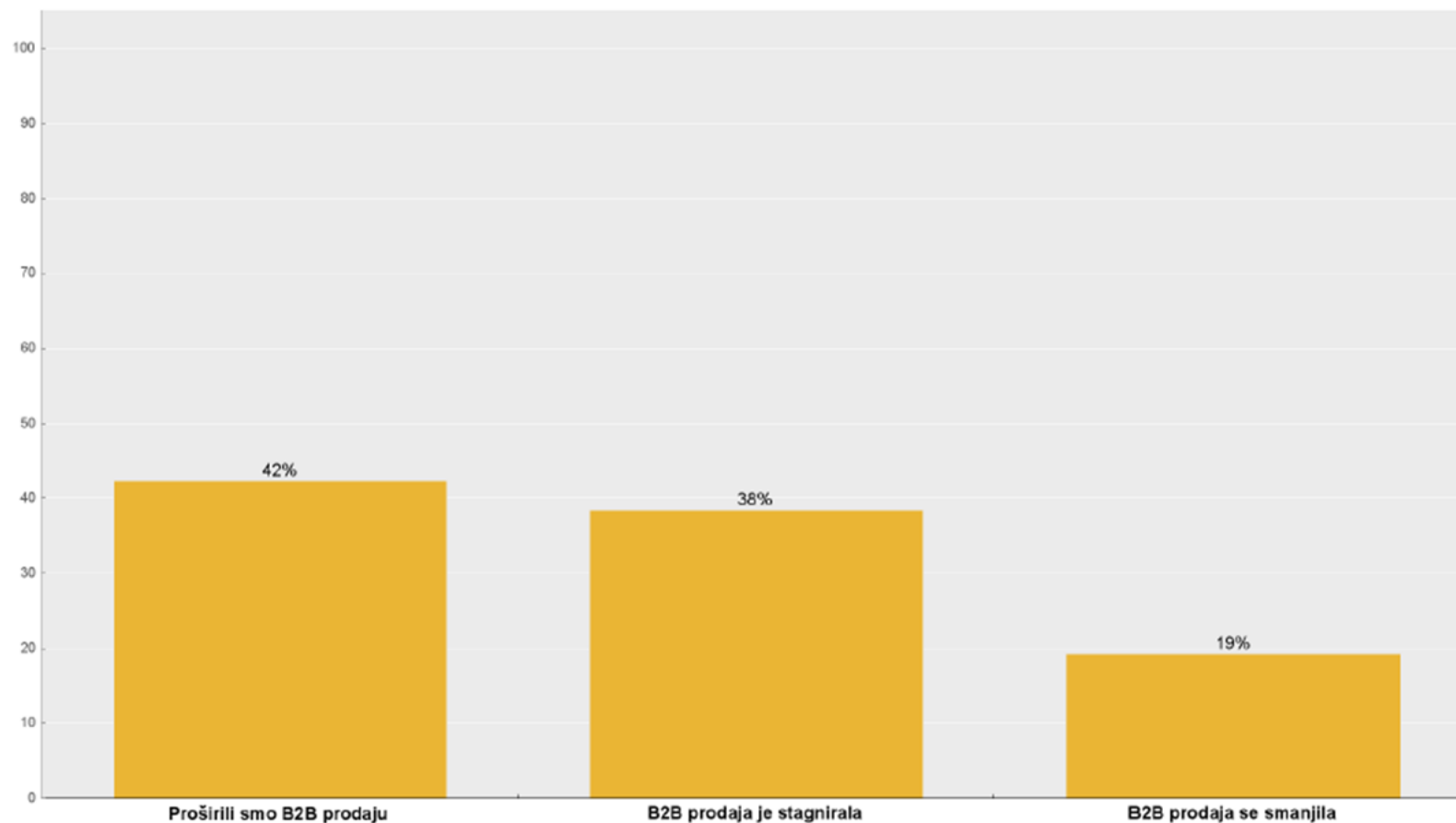
Koliko su spremno vaši kupci/klijenti prihvatili digitalni način komuniciranja (većinom)?



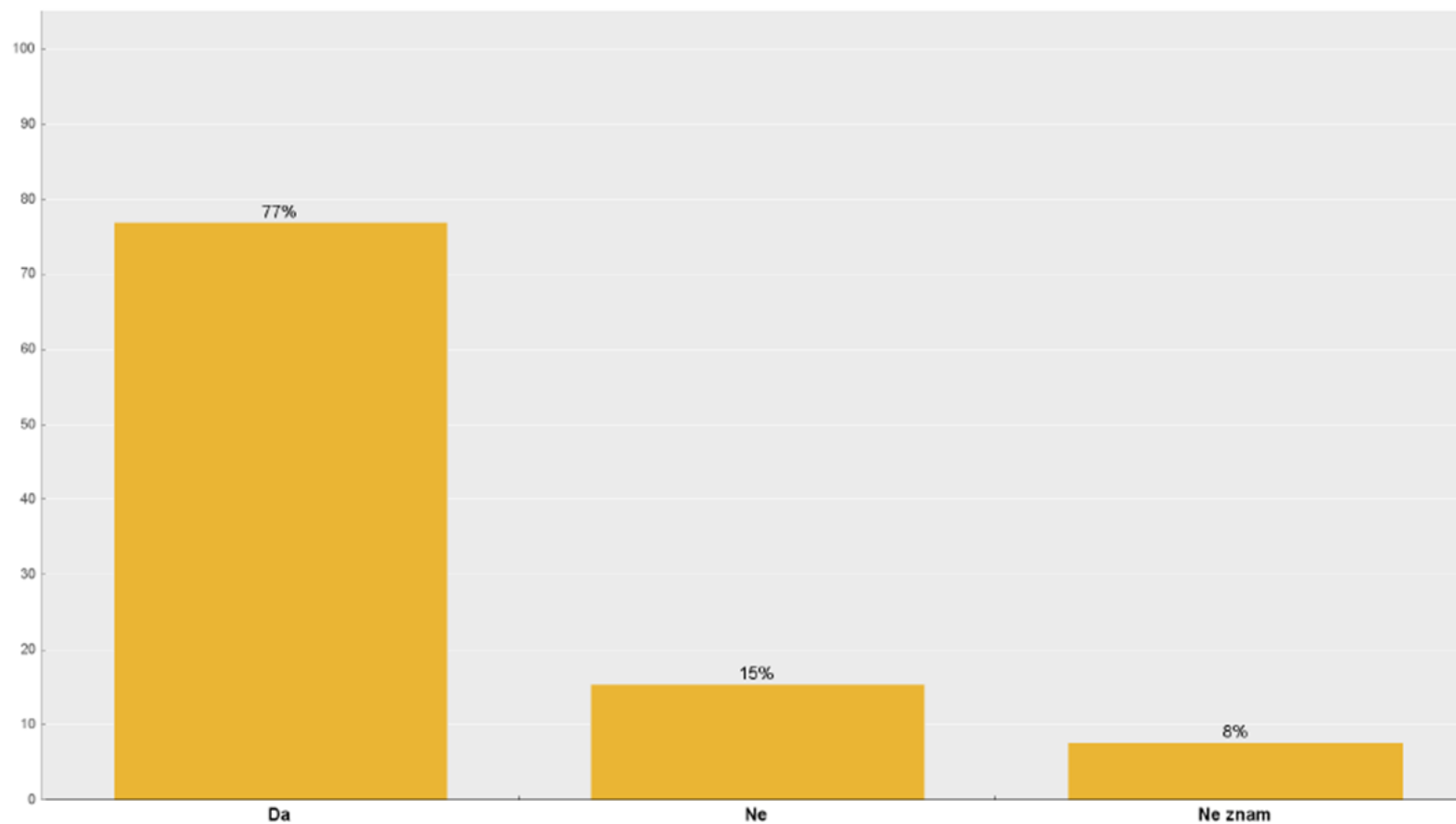
Jeste li imali dodatne troškove marketinga u vrijeme pandemije i digitalizacije vaše B2B prodaje?



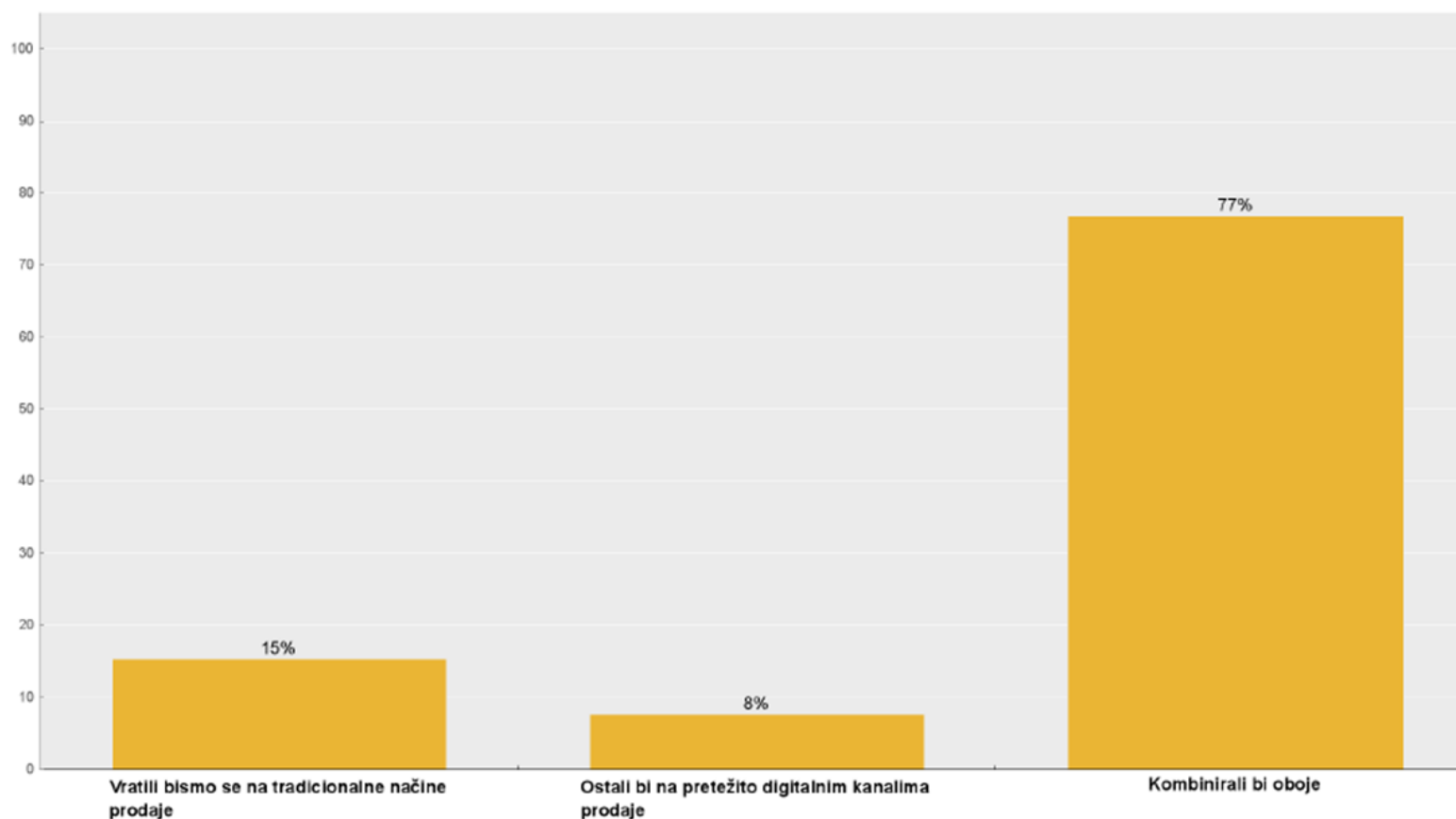
Jeste li proširili vašu B2B prodaju unatoč pandemiji ili je ona stagnirala ili se pak smanjila?



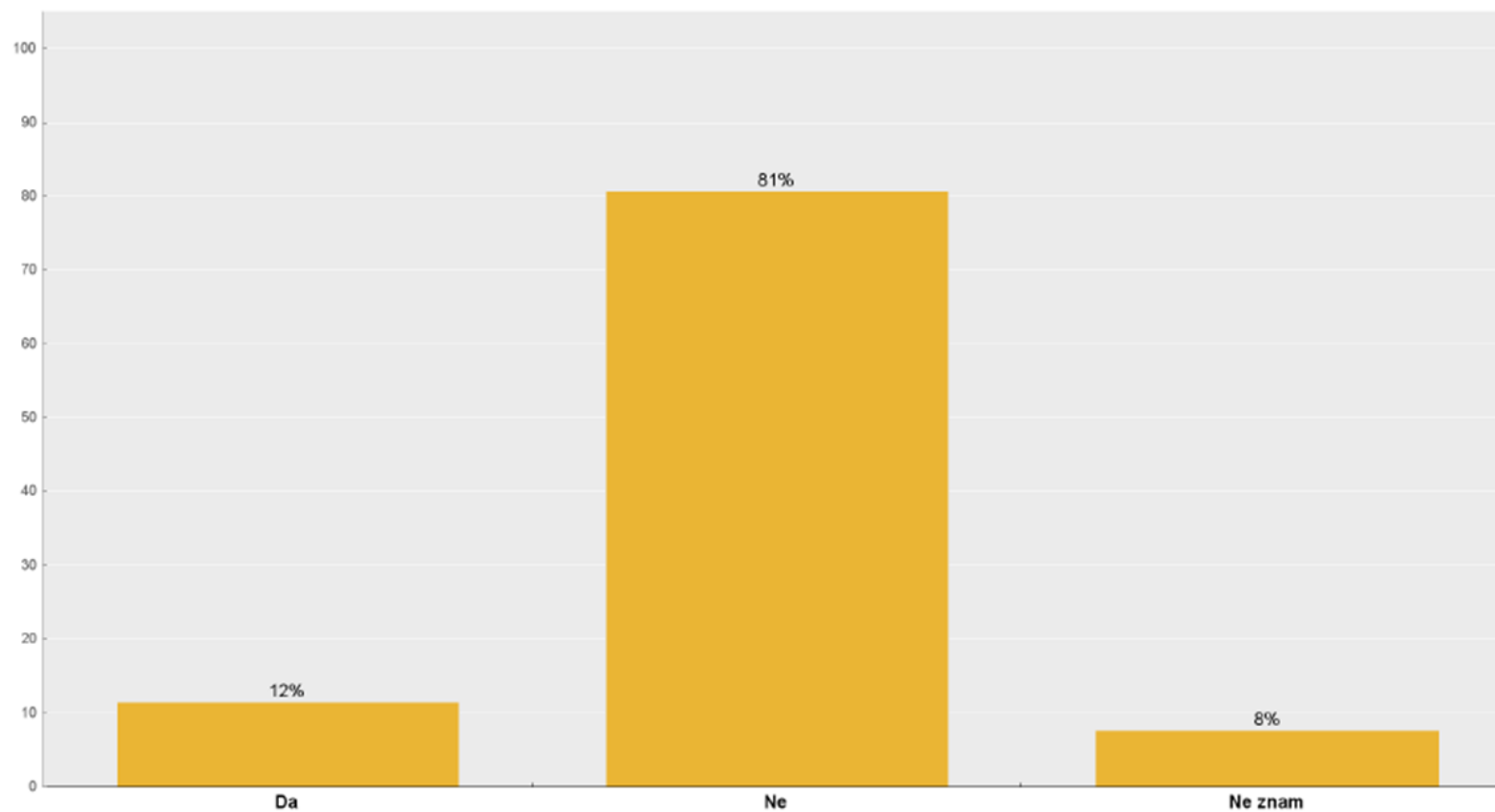
Planirate li širenje obujma poslovanja i prodaje unatoč pandemiji?



Biste li se vratili na tradicionalne načine prodaje/interakcije s klijentima/kupcima ukoliko se pandemija zaustavi ili biste ostali pretežito na novim/digitalnim kanalima prodaje?



Jeste li počeli koristiti Sales Intelligence (tehnologija praćenja, prikupljanja i analize podataka kupaca/klijenata)?



Kakve je promjene u komunikaciji unijela pandemija u vašu tvrtku, posebice u prodaji (odgovor u nekoliko rečenica)?

Komunikacija se u potpunosti prebacila u online format. Sastanci i konzultacije odradivali smo preko Zoom platforme. Kako sa klijentima tako i unutar tvrtke.

Češće komunikacija putem Zoom-a i Skypea, kao i češće rješavanje problematike putem pozivom ili digitalnim putem.

Pojačao se web shop promet, promet u trgovini pao za skoro 80%

Manje sastanaka uživo, a više komunikacije putem e-maila i telefona.

Event industrija s kojom je usko povezano i moje poslovanje najviše je pretrpjela promjena i štete u poslovanju za vrijeme trajanja pandemije, posebice za vrijeme trajanja lockdowna.

Znatno veći udio virtualnih sastanaka u odnosu na dosadašnju praksu.

Promjene u pristupu klijentima, skoro sva komunikacija je prešla online.

Sada je komunikacije uživo dosta rjeđa te s klijentima i kupcima uglavnom komuniciram putem maila, Skypea i telefona. Ni, svako je zlo za neko dobro. Savjetovanja putem Skype-a uključuju prezentaciju u PowerPointu. To sam sada uključila i u savjetovanja uživo što je svakako poboljšalo kvalitetu usluge.

U zadnjih godinu dana sva komunikacija je postala online- interna i eksterna. 95% vremena smo home office i za svaki odlazak kod kupca trebamo dobiti dozvolu od managementa.

Više smo se orijentirali na digitalne kanale komunikacije putem Zoom-a, telefona, maila, whatsapp

Kakve je promjene u komunikaciji unijela pandemija u vašu tvrtku, posebice u prodaji (odgovor u nekoliko rečenica)?

Vise se slušamo jer ne sjedimo jedni do drugih pa nismo "uvijek" dostupni.

Više zoom spajanja i sastanaka

Smanjio se broj fizičkih dolazaka u sam prostor ateljea, ali se pojačala online komunikacija putem društvenih mreža.

Nisam bila u mogućnosti prodavati na sajmovima osobno, neko samo preko društvenih mreža

Buduci da je rijec o restoranu, vise smo se okrenuli dostavama. A time su i porasli troškovi organizacije posla.

Moja djelatnost aroma&hipnoterapija fokusirana je na individualni rad gdje je osobni odnos s klijentom od iznimne važnosti. Kako je zbog novonastale situacije većina svega prebačena na online komunikaciju tu sam se susrela sa izazovom u prodaji. U brizi za psihofizičko zdravlje direktna interakcija s klijentom donosi brže i trajnije rezultate tako da moram izmisliti novu prodajnu strategiju kako bih na jednako kvalitetan način mogla isporučivati svoju uslugu.

Tvrtka je otvorena u pandemiji.

U pandemiji sam tek pokrenula biznis i sva komunikacija je išla putem društvenih mreža

Problematično korištenje radionica kao (B2B) prodajnih alata jer na Zoomu nije moguće dobiti neformalni feedback, uloviti neformalne trenutke za utjecaj na ishod prodaje te sve skupa dobrim dijelom onemogućuje korištenje afektivne komponente u prodaji (prijenos vlastitog oduševljenja, prilagodba tuđim emocijama,...)

Ubrzanje komunikacije s klijentima

Ako ste imali web-shop koliko je njemu (u postocima ili koliko puta) porasla prodaja u vrijeme lock-downa (dva mjeseca)?

Radi se o web stranici za prodaju usluge pisanja sadržaja za digitalne kanale. Obzirom da je većina firmi krenula digitalno, imali smo rast od preko 100% za uslugu izrade teksta za web stranicu, u vrijeme lock-downa.

50%

nismo imali web shop, s obzirom da je moja djelatnost uslužna.

N/A

Nismo imali

Nisam imala web stranicu niti web shop prije pandemije.

Nažalost nismo imali

Nemamo web shop

Nije bila velika prodaja preko web shopa, većina je preko društvenih mreža naručivala proizvod

Ako ste imali web-shop koliko se na njemu povećala prodaja na razini cijele 2020. godine u odnosu na godinu prije?

50% u odnosu na proslu godinu.

50%

-

NA/

Nismo imali

Nemamo web shop ni digitni business

Nemamo web shop

2020 godina je bila moja prva godina poslovanja

Koliko ste dodatno poradili na vašem CRM-u (Customer Relationship Management) i u kojem njegovom segmentu?

ništa nemamo

CRM softver - izmjene, prijevod i razvoj

Skoro ništa

Ostalo je kao i ranije, maksimalna posvećenost kupcu.

Pandemija nije znatno utjecala na promjene na našem CRMu, i prije pandemije smo aktivno koristili alat.

Već je bio dosta dobro razvijen

Kupcima svoje knjige sam ponudila 10 % popusta na savjetovanje uživo ili preko Skype-a.

Poradili smo na analiziranju potencijala pojedinih kupaca i fokusiranju na one s najvećim potencijalom rasta i koji su najspremniji na razvoj digitalnih kanala

Uložili smo u marketing komunikaciju putem društvenih mreža i telefona

Još radimo na njemu

Upisala sam Akademiju "Kako izgraditi svoj biznis" Kod Marine Kolar

Pojačala sam pojavu online, posebice na Facebooku i kroz svakodnevne aktivnosti, brendiranje i priče - nekako još više očvrstala tu vezu sa (potencijalnim) klijentima, jer čak u doba pandemije - osim vjernih klijenata, došlo je mnogo novih.

Odgovaram na poruke u roku 5 min, nudim puno više vrijednosti za kupca, trudim se zadržati i stvoriti kupce koji se vraćaju

Pojacali marketing na društvenim mrežama

Konstantno radim na poboljšanju sadržaja, poboljšala sam stranicu, povezala je sa google my bussines gdje redovno objavljujem sadržaj i informiram klijente o novostima. Komuniciram na društvenim mrežama sa klijentima kroz razne upitnike, kvizove. Svaki dan se trudim napraviti nešto novo i ponuditi korisne sadržaje i savjete.

Koje su se za vas dogodile pozitivne stvari u pandemiji u vezi digitalizacije B2B prodaje? (npr. lakše do klijenata, ušteda vremena, povećanje prodaje...)

Ušteda vremena, bolja organizacija vremena, formiranje procedura kojima je lakše upravljati i nadgledati, povećanje prodaje, ponuda novih usluga, ...

Ušteda vremena

UŠTEDA VREMENA

lakše do klijenata putem digitalnih kanala, blago povećanje prodaje

Povećanje prodaje

lakše do klijenata

Ušteda vremena i troškova reprezentacije obzirom na virtualne sastanke.

Veći doseg

Svakako se radi o uštedi vremena i dobrom selektiranju kupaca.

Mogućnost učestalijih sastanaka s najvažnijim kupcima

Ušteda vremena

Lakše do klijenta jer imamo sirovinu koja je jako rasla i više komunikacije zoom manje sastanka fizičkih.

Ušteda vremena svakako

Koje su se za vas dogodile pozitivne stvari u pandemiji u vezi digitalizacije B2B prodaje? (npr. lakše do klijenata, ušteda vremena, povećanje prodaje...)

Lakše je doći do idealnog kupca, veća vidljivost, ušteda vremena

Svakako je prednost što se lakše dođe do potencijalno klijenta online.

Poradila sam na marketingu, dizajnu proizvoda i ambalaže, imam više vremena pa radim bolje slike proizvoda

Bolja obavijestenost klijenata o nasoj ponudi

Ušteda vremena je ono što bih osobito izdvojila jer se sve može raditi iz udobnosti doma, no dugoročno to značajno utječe na psihofizičko zdravlje jer je smanjena socijalna interakcija.

Velika ušteda vremena, doduše, ipak na račun kvalitete interakcije. No, u velikom broju interakcija, digitalni kanali imaju puno više smisla nego trošenje vremena u prometu, na sastancima i kavama.

Koje su se za vas dogodile negativne stvari u pandemiji u vezi digitalizacije B2B prodaje? (npr. gubitak bliskog i prisnijeg odnosa s klijentima/kupcima, veliki troškovi izrade digitalnih kanala prodaje...)

Veca konkurencija koja se ne istice nuzno kvalitetom. Određeni broj klijenata je prekinuo suradnju jer im je sadržajni marketing predstavljao veliki trosak uslijed finansijskih izazova uzrokovanih pandemijom i lock-downom.

Odnos s klijentima se malo unazadio

NISMO NISTA NARPAVILA U CILJU DIGITALIZACIJE

gubitak bliskog i prisnijeg odnosa s klijentima/kupcima, nedostatak terenske prodaje

Veliki troškovi izrade digitalnih kanala prodaje

moja djelatnost je uslužna i jedino je edukacija moguća on line, nažalost izgubio se osobni odnos s kupcima

Virtualni sastanci nikada neće u potpunosti moći zamijeniti sastanke uživo, odnos se sporije razvija, naročito kada su u pitanju sasvim novi kontakti.

Gubitak osobnog kontakta

Možda su klijenti skeptičniji prema proizvodima/uslugama koje se nude sada kada je smanjen kontakt uživo.

Teze prezentiranje noviteta

Bliski kontakti su narušeni, ljudi su društvena bića

Koje su se za vas dogodile negativne stvari u pandemiji u vezi digitalizacije B2B prodaje? (npr. gubitak bliskog i prisnijeg odnosa s klijentima/kupcima, veliki troškovi izrade digitalnih kanala prodaje...)

Manje se u prodaji za stava posao od kada nema fizičkih sastanka.

Bliski odnos sa kupcem

bliski kontakt je meni najbitniji zbog energetskog kontakta što virtualno nije baš moguće, puno novih učenja vezano za IT tehnologiju,

Gubitak određenih klijenata zbog njihove novonastale financijske situacije.

Gubitak B2C prodaje, to mi je bio najbolji i najučinkovitiji način prodaje, te sam odmah usavršavala proizvod sa povratnim informacijama

Veci troškovi

Pojačao se strah od bliske interakcije što je smanjilo broj dolazaka klijenata, a online rad na psihofizičkom zdravlju ne donosi rezultate niti približno kako je to slučaj u direktnoj interakciji.

Gubitak bliskog odnosa i lojalnosti

Teži doseg do korporativnih korisnika.

Ako je Vaš odgovor "drugo", molimo da upišete što bi to bilo po Vašem mišljenju:

Radili smo na razvoju web stranice - izrada vlastitih blog sadržaja, novih usluga koje su dostupne putem web stranice, ebookova itd. Koje smo isprva promovirali po društvenim mrežama i kroz newsletter. A kasnije, u drugoj polovici godine i nije bilo potrebe za promocijom. Obzirom da smo popunili sve kapacitete.

nabava.net

N/A

Skype.

Teams meetings je postao novo normalno

Društvene mreže

Skype.

Teams meetings

**poslovni[®]
savjetnik**
.com

<https://www.poslovni-savjetnik.com/>

PROAGO

<https://www.proago.hr/>

