

Praktická pomôcka pre B2B-obchodníkov



# **Teplomer obchodného prípadu**

**Martin Mišík**

[www.AkoPredavat.sk](http://www.AkoPredavat.sk)

# Teplomer obchodného prípadu



## 1. Prípád (obchodný)

Firma:

- Existuje reálna súčasná / budúca potreba, potvrdená zákazníkom?
- Máme dostatočne zmapovanú situáciu, požiadavky a skutočné potreby zákazníka?
- Je stanovený aspoň približný termín kúpy / realizácie / implementácie?
- Majú k dispozícii zdroje (finančné, personálne, kapacitné atď.)?

Je to reálny prípad?

## 2. Pozícia (konkurenčná)

- Máme so zákazníkom vzťah z minulosti / interného podporovateľa na našej strane?
- Spĺňame všetky kľúčové požiadavky zadania?
- Má naše riešenie nejakú *špecifickú*, pre zákazníka významnú, konkurenčnú výhodu?
- Potvrdil zákazník (princiálne) vhodnosť nášho riešenia?

Máme šancu?

## 3. Proces (nákupný)

- Máme prístup k členom rozhodovacieho tímu?
- Poznáme kritériá výberu a ich váhu pri nákupnom rozhodovaní?
- Je zákazník ochotný komunikovať s nami a spolupodieľať sa na procese?
- Máme vzájomne odsúhlasený konkrétny ďalší krok aj s dátumom?

Máme na to vplyv?

Vyplyvajúce úlohy:



Tento "teplomér" má tri hlavné účely: (1) poskytnúť vám vodítko pri "rozohrávke" obchodného prípadu, (2) pomôcť vám lepšie odhadnúť realnosť jeho uzavretia a (3) ľahšie odhaliť príčinu, ak nepredáte. Obsahuje **12 uzavretých otázok**. Existujú teda len tri možné odpovede: **Áno** ✓, **Nie** ✗ a **Neviem** (prázdne políčko). Ku každému obchodnému prípadu si vytlačte samostatný formulár, do ktorého môžete písať.

### Postup:

1. počas zisťovacej fázy sa snažte získať **čo najviac** odpovedí, hlavne v 1.časti (Prípad). Ak je na otázky 1, 3, 4 odpoveď "Nie", zákazník si pravdepodobne zatiaľ iba mapuje terén. Nechystá sa kupovať. Preto nemá zmysel vkladať do prípadu veľa času a energie. Zatiaľ sa zamerajte na vybudovanie vzťahu a dohodnite si ďalší kontakt. Ak sú odpovede "Áno", pokračujte ďalej.
2. Druhá časť Pozícia hovorí o vašej pozícii v danom obchodnom prípade – každé "Nie" znižuje vaše šance **oproti konkurencii**. Buď nájdete nejaký spôsob ako odlišiť a ako získať oproti konkurencii nejakú výhodu, alebo sa vo finále pripravte na cenové vyjednávanie.
3. Tretia časť Proces vypovedá o vašej **kontrole** nad vývojom obchodného prípadu – o možnosti komunikovať s ostatnými členmi rozhodovacieho tímu, pracovať s ich kritériami a proaktívne riešiť ďalší postup. Čím viac "Nie" máte v tejto časti, tým viac bude výsledok závisieť od náhody, a nie od vás. **Pred vypracovaním cenovej ponuky by ste už mali mať odpovede na všetky otázky!**
4. **Ako zmerať teplotu obchodného prípadu?** Predstavte si stĺpcový teplomer s **12 dielikmi** na stupnici. Každé "Áno" je jeden dielik stupnice. Spočítajte, koľko dielikov má daný obchodný prípad. Vid' obrázok nižšie. Čím viac "Áno", tým lepšie. A naopak - ak vám chýba **polovica** alebo viac dielikov, vaše šance sú naozaj veľmi malé. Zvážte, či vôbec stojí za to pokračovať ďalej. Najmä ak by vám vypracovanie cenovej ponuky zabralo príliš veľa času...

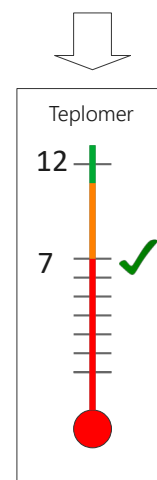
**Poznámka:** uvedených 12 otázok nepokrýva všetky aspekty obchodného prípadu. Tiež sa môžu líšiť podľa typu produktu alebo segmentu, do ktorého predávate. Preto berte tento "teplomér" len ako orientačnú pomôcku. Prípadne sa poraďte s nadriadeným alebo s kolegami a prispôbte si ho pre váš typ biznisu. Tak, aby vám poslužil čo najlepšie ;)

Prajem vám veľa úspechov v predaji 😊



*Martin Mišik*

Martin Mišik  
tréner predajcov a autor



**P.S.** Chcete pomôcť prispôbiť **teplomér** pre potreby vašej firmy? Prípadne s vašimi obchodníkmi rovno aj natrénovať, ako s ním pracovať v praxi? Ozvite sa mi!

# Teplomer obchodného prípadu - vzor



## 1. Prípád (obchodný)

Firma:

- Existuje reálna súčasná / budúca potreba, potvrdená zákazníkom?
- Máme dostatočne zmapovanú situáciu, požiadavky a skutočné potreby zákazníka?
- Je stanovený (aspoň približný) termín kúpy / realizácie / implementácie?
- Majú k dispozícii zdroje (finančné, personálne, kapacitné atď.)?

Je to reálny prípad?

## 2. Pozícia (konkurenčná)

- Máme so zákazníkom vzťah z minulosti / interného podporovateľa na našej strane?
- Spĺňame všetky kľúčové požiadavky zadania?
- Má naše riešenie nejakú špecifickú, pre zákazníka významnú, konkurenčnú výhodu?
- Potvrdil zákazník (princiipiálne) vhodnosť nášho riešenia?

Máme šancu?

## 3. Proces (nákupný)

- Máme prístup k členom rozhodovacieho tímu?
- Poznáme kritériá výberu a ich váhu pri nákupnom rozhodovaní?
- Je zákazník ochotný komunikovať s nami a spolupodieľať sa na procese?
- Máme vzájomne odsúhlasený konkrétny ďalší krok aj s dátumom?

Máme na to vplyv?

Vyplývajúce úlohy:

- preveriť financovanie projektu
- overiť súhlas s návrhom riešenia (u Nováka)
- skúsiť CFO & COO pozvať aspoň na prezentáciu ponuky
- pripraviť si možnosti na vyjednávanie, keďže nemáme konk.výhodu