

# Salessprint Kick off



# Sales Sprint



*Praktische handvatten om je commerciële doelen te behalen, bestaansrecht te creëren en je targets te realiseren.*

# Toepassing salessprint

In de ze week sprint:

- Salesstrategie klaar en direct uitvoerbaar (en bijstellen door ervaringen)
- Inzicht in te kiezen sales-middelen
- Inzicht in het effect van de te kiezen salesmiddelen
- Inzicht Planning en organisatie van sales

# Opbouw van de week



| MA<br>17                                                         | DI<br>18                                         | WO<br>19                                                             | DO<br>20                                                   | VR<br>21                                                            |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| week 11 Sales week Sprint, 7am                                   |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
|                                                                  |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
|                                                                  |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
| week 11<br>8 – 9am                                               |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
| Sales Strategieën hoe maak je die?<br>10 – 11:30am<br>Studio HvA | Ontwikkel je eigen prijsstrategie<br>10am – 12pm | Organische groei van Instagram/ facebook<br>etc<br>10:30am – 12pm    | Effectief LinkedIn inzetten<br>10am – 12pm                 | Verplichte Stand up 3 Sales<br>10am – 1:30pm                        |
| Workshop ontwikkel je Sales Strategie<br>1 – 2:30pm              | B2C: Hoe werkt TikTok<br>sessie 1)<br>1 – 3pm    | B2B Acquisitie hoe pak je dat aan?<br>(parallel sessie 2)<br>1 – 3pm | Effectieve online marketing voor je onderneming<br>1 – 3pm | Eigen webshop en effectieve website<br>1 – 3pm                      |
|                                                                  |                                                  | Sales Spreekuur<br>3 – 4:30pm<br>Studio Hogeschool van Amsterdam     |                                                            | Sales Spreekuur<br>1:30 – 3:30pm<br>Studio Hogeschool van Amsterdam |

Van aanpak naar middelen en te maken keuzes en dus hoe doelen te behalen

# In het Salesdeck staat....



## ATTENTION (AWARENESS)

Creating brand awareness or affiliation with your product or service

## INTEREST OF THE CUSTOMER

Generating interest in the benefits of your product or service, and sufficient interest to encourage the buyer to start to research further

## DESIRE

For your product or service through an 'emotional connection', showing your brand personality. Move the consumer from 'liking' it to 'wanting it'

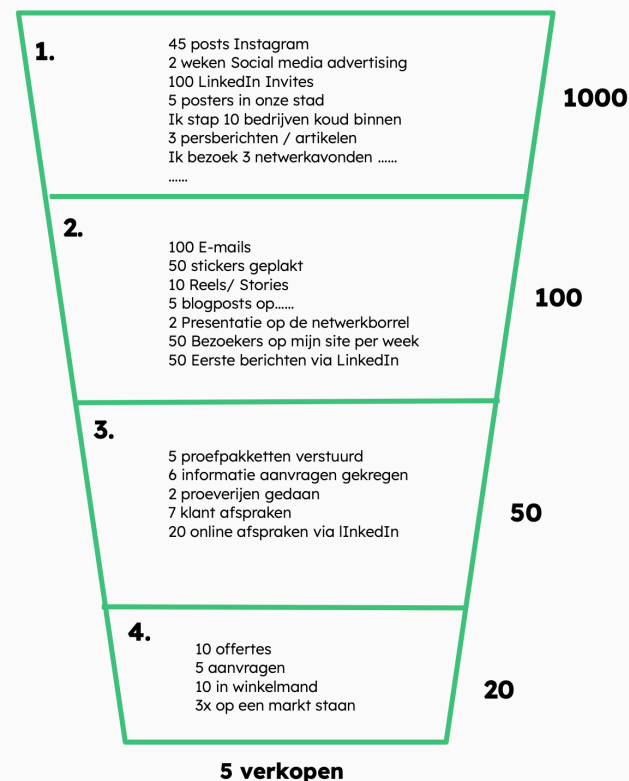
## ACTION

Move the buyer to interacting with your company and taking the next step ie. downloading a brochure, making the phone call, joining your newsletter, or engaging in live chat etc.

# In het Salesdeck staat....

1. **Je eerste contact / kennismaking met je merk bestaat uit**  
Bijvoorbeeld: hoeveel free publicity, social media posts of invites, netwerk bijeenkomsten, nieuwsbrieven, posters, je stapt ergens binnen etc.
1. **Informer en prikkelen**  
Bijvoorbeeld hoeveelheid: blogs, vlogs, e-mail campagne, netwerk, landingspagina, poster, stickers QR-code, cold calling, een vette slight, je site?
1. **Hoe ziet je verleiding eruit?**  
Bijvoorbeeld via: brochure, informatie pack, informatie mail, USP's, portfolio, presentaties, proeverij, testers.
1. **Type actie en interactie die de klant met je aangaat**  
Welk aanbod (call to action) doe ik en hoe? Telefonische acquisitie, bezoek afspraken, offertes, winkelmand, wat staat er op mijn site? Hou me op de hoogte? Download proefset of een tester, koopt direct het product

N.B. Stel jezelf bij elk onderdeel de vragen: wat, hoeveel en waar? En nog belangrijker: **gebruik getallen zodat je de stappen in aantallen ziet in je salesfunnel!**



# Keuzes t.b.v. een campagne



Instagram post  
LinkedIn bericht/event en/of invite  
Mail  
Binnenlopen  
Op een markt staan  
Intake  
Gratis Quick Scan  
Influencer  
Netwerk bijeenkomst  
Pilot  
SEO  
Je site  
SEA  
Social Media Advertising  
Offerte  
UI/ UX  
Free publicity  
Blog

Youtube  
Gif  
Reel  
Afspraak maken  
Event organiseren  
Twitter bericht  
Branche vereniging  
BOL.com  
Kick Starter  
Koningsdag  
HvA Store etc etc  
Partner bedrijf/ wederverkopers  
Telefonische Acquisitie  
Klantgesprekken  
Sponsoring  
Opbouw volgers  
Tips  
Proeverij

# Opbouw van de week



| MA<br>17                                                         | DI<br>18                                         | WO<br>19                                                             | DO<br>20                                                   | VR<br>21                                                            |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| week 11 Sales week Sprint, 7am                                   |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
|                                                                  |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
|                                                                  |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
| week 11<br>8 – 9am                                               |                                                  |                                                                      |                                                            |                                                                     |
| Sales Strategieën hoe maak je die?<br>10 – 11:30am<br>Studio HvA | Ontwikkel je eigen prijsstrategie<br>10am – 12pm | Organische groei van Instagram/ facebook<br>etc<br>10:30am – 12pm    | Effectief LinkedIn inzetten<br>10am – 12pm                 | Verplichte Stand up 3 Sales<br>10am – 1:30pm                        |
| Workshop ontwikkel je Sales Strategie<br>1 – 2:30pm              | B2C: Hoe werkt TikTok<br>sessie 1)<br>1 – 3pm    | B2B Acquisitie hoe pak je dat aan?<br>(parallel sessie 2)<br>1 – 3pm | Effectieve online marketing voor je onderneming<br>1 – 3pm | Eigen webshop en effectieve website<br>1 – 3pm                      |
|                                                                  |                                                  | Sales Spreekuur<br>3 – 4:30pm<br>Studio Hogeschool van Amsterdam     |                                                            | Sales Spreekuur<br>1:30 – 3:30pm<br>Studio Hogeschool van Amsterdam |

Van aanpak naar middelen en te maken keuzes en dus hoe doelen te behalen



# Vragen die je voor jezelf kunt beantwoorden

## Stand-up check.

Kunnen jullie antwoord geven op de volgende vragen?

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Welke activiteiten zijn het belangrijkste in je sales funnel?</li> <li><input type="checkbox"/> Hoe kom je aan de getallen bij je sales funnel?</li> <li><input type="checkbox"/> Hoe realistisch is je sales funnel?</li> <li><input type="checkbox"/> Zit er een logisch verband tussen de stappen (aantal en middel)?</li> <li><input type="checkbox"/> Hoe is je prijs opgebouwd en hoe gebruik je die in je sales?</li> <li><input type="checkbox"/> B2B versus B2C, wat zijn de verschillen in je <u>salesfunnel</u>?</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Welk budget is gereserveerd voor je sales?</li> <li><input type="checkbox"/> Waar zie je het meest risico in je sales funnel?</li> <li><input type="checkbox"/> Wat als het niet tegenvalt? Wat gaan we doen? Wat is je noodplan?</li> <li><input type="checkbox"/> Hoe ziet je planning eruit?</li> <li><input type="checkbox"/> Waar zit de grootste uitdaging in je planning?</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

# Nog 10 werkweken

| Kalenderweek | Minorweek | Ondersteunende commerciële activiteiten vanuit de minor  |
|--------------|-----------|----------------------------------------------------------|
| 16           | 11        | Salessprint met als resultaat Sales strategie & planning |
| 17           | 12        |                                                          |
| 18           | reces     |                                                          |
| 19           | 13        |                                                          |
| 20           | 14        | Creative Campagne Sprint                                 |
| 21           | 16        | Campagne klaar                                           |
| 22           | 17        | Sales campagne week 1 *                                  |
| 23           | 18        | Sales campagne week 2 *                                  |
| 24           | 19        | Sales campagne week 3 *                                  |
| 25           | 20        | Gala *                                                   |
| 26           | 21        | Eind assessment                                          |
|              |           |                                                          |



succes met mensen  
blij maken

succes met je sales