Minor Ondernemerschap: Sales Sprint feedback

Praktijktaken	*	**	***	****
<u>Sales Strategie</u> De ondernemer(s) is/zijn in staat een salesfunnel te ontwerpen en maakt hierbij gebruik van het AIDA model.	De ondernemer heeft moeite om een duidelijke strategie te formuleren. De salesfunnel is niet compleet en er zijn geen relaties te zien in de strategie richting marktacceptatie. Het is alleen lijst met middelen zonder inhoud.	De ondernemer heeft een basisstrategie, maar kan deze verder ontwikkelen en verfijnen. Getallen staan vernoemd per fase maar zijn in mindere mate onderbouwd.	De ondernemer heeft een solide strategie en kan deze met succes implementeren om marktacceptatie te behalen. Getallen in de salesfunnel zijn doordacht en kloppen. Er zijn alternatieven in de strategie te vinden t.b.v. verschillende markten/ doelgroepen. Er is zichtbaar hoe bijvoorbeeld de uitvoering op Instagram eruit gaat zien.	De ondernemer heeft een uitzonderlijke strategische visie en kan deze nauwkeurig uitvoeren voor maximale marktacceptatie. Er zijn meerdere funnels uitgewerkt en op basis van onderzoek getoetst. Getallen kloppen en zijn doorgerekend.
<u>Prijsstrategie</u> De ondernemer(s) hebben prijsstrategie ontwikkeld. Hierbij zijn betrokken een interne kosten-calculatie en een marktanalyse. De prijsstrategie sluit aan bij product en markt.	De ondernemer heeft moeite met het begrijpen en toepassen van effectieve prijsstrategieën voor marktacceptatie. Kosten zijn nog niet geheel in kaart gebracht en de onderbouwing voor een prijs vanuit de markt ontbreekt en/of is niet duidelijk.	De ondernemer heeft een basisbegrip van prijsstrategieën (intern en extern), maar kan deze nog beter aanpassen in methode en aanpak richting de markt en klantbehoeften.	De ondernemer heeft een effectieve prijsstrategieën ontwikkeld. De prijsstrategie wordt zichtbaar aangepast aan veranderende omstandigheden voor marktacceptatie.	De ondernemer heeft diepgaand inzicht in prijsstrategieën. Daarin zijn variabelen als doelgroep, campagnes, timing en marktgroei zichtbaar. Ondernemer is in staat winstgevendheid en marktacceptatie te maximaliseren.
<u>Executie</u> De ondernemers hebben een planning ontworpen voor de salestrategie. Deze is doordacht, realistisch en afgestemd op de marktintroductie van de dienst of product. Ondernemers zijn instaat te alternatieven te benoemen als onderdelen van de salesstrategie tegen blijkt te vallen. Ze herkennen mogelijke risico's en benoemen fall back scenario's.	De ondernemer heeft moeite met het opstellen van effectieve plannen voor de uitvoering van de sales strategie en het bereiken van marktacceptatie. De ondernemer heeft moeite met het adequaat analyseren van risico's en het identificeren van alternatieven voor de gekozen sales strategie en het bereiken van marktacceptatie.	De ondernemer heeft een basisuitvoeringsplan ontwikkeld, maar kan dit verbeteren en strakker volgen voor optimale marktacceptatie. De ondernemer kan redelijk goed risico's analyseren, maar kan sterker worden in het identificeren van alternatieve benaderingen bij onvoorziene omstandigheden voor optimale marktacceptatie.	De ondernemer heeft een gedegen uitvoeringsplan ontwikkeld en nauwgezet uit te voeren voor het behalen van marktacceptatie. Deze planning is SMART. De ondernemer is in staat om risico's grondig te analyseren en kan effectief alternatieven overwegen bij veranderende omstandigheden voor het behalen van marktacceptatie. Strategie A en B zijn reeds uitgedacht	De ondernemer heeft een excellente planning ontwikkeld. SMART, met ruimte voor vertraging en rekening houdend met verschillende uit te voeren strategieën Ondernemer heeft een complete risico analyse gemaakt en deze vertaald slechtste en best mogelijke scenario's.

Stand-up check.

Kunnen jullie antwoord geven op de volgende vragen?

- ❑ Welke activiteiten zijn het belangrijkst in je sales funnel?
- ❑ Hoe kom je aan de getallen bij je sales funnel?
- ❑ Hoe realistisch is je sales funnel?
- ❑ Zit er een logisch verband tussen de stappen (aantal en middel)?
- ❑ Hoe is je prijs opgebouwd en hoe gebruik je die in je sales?
- ❑ B2B versus B2C, wat zijn de verschillen in je salesfunnel?
- ❑ Welk budget is gereserveerd voor je sales?
- ❑ Waar zie je het meest risico in je sales funnel?
- ❑ Wat als het vet tegenvalt? Wat gaan we doen? Wat is je noodplan?
- ❑ Hoe ziet je planning eruit?
- ❑ Waar zit de grootste uitdaging in je planning?