

PODNIESIENIE POZIOMU SPRZEDAŻY

Wzrost firmy można osiągnąć poprzez podniesienie poziomu sprzedaży lub poprzez znalezienie nowych rynków. Aby zwiększyć sprzedaż, może być konieczne wprowadzenie nowych produktów lub usług, rozszerzenie rynku, większa aktywność w dziedzinie marketingu lub poprawa obsługi klientów. Jeśli zajmujemy się produkcją, może to oznaczać zwiększenie produktywności w celu zaspokojenia popytu.

WPROWADZENIE NOWYCH PRODUKTÓW LUB USŁUG

Dajmy klientom szerszy wybór produktów lub usług. Trzeba będzie przeprowadzić badania rynku aby stwierdzić, czy istnieje zapotrzebowanie na naszą nową ofertę. Można użyć grupę istniejących klientów jako grupę doświadczalną. Informacje uzyskane od grupy doświadczalnej mogą pomóc w wyeliminowaniu niektórych elementów ryzyka i dać więcej informacji na temat ewentualnego udoskonalenia naszego produktu lub usługi. Zwróćmy szczególną uwagę na marketing i promocję nowych produktów lub usług, aby potencjalni klienci dowiedzieli się o nich.

EKSPANSJA NA NOWE RYNKI KRAJOWE

Ekspansja na nowe rynki może być kosztowna, ale może też powiększyć naszą klientelę. Badania rynkowe pozwolą na zrozumienie potencjalnych nowych rynków i ustalenie strategii. Będzie również trzeba przemyśleć marketing, sprzedaż, dystrybucję oraz zwiększenie produkcji w celu zaspokojenia zwiększonego popytu.

ULEPSZENIE ISTNIEJĄCYCH KANAŁÓW SPRZEDAŻY

Ocena i optymalizacja kanałów sprzedaży może pomóc w pozyskaniu większej liczby klientów, zwiększeniu kontroli nad rynkiem oraz w poprawie dochodowości. Można, na przykład:

- Zapewnić pracownikom dodatkowe szkolenie
- Zatrudnić przedstawicieli handlowych lub zakontraktować przedstawicieli niezależnych
- Dodać nowe punkty sprzedaży detalicznej
- Sprzedawać swoje produkty w sieciach innych sklepów
- Wprowadzić strategię sprzedaży internetowej

DZIAŁANIA MARKETINGOWE

Efektywność działań marketingowych można udoskonalić. Należy śledzić wyniki bieżących kampanii marketingowych lub reklamowych i być gotowym na zmianę strategii, jeśli nie przynoszą one spodziewanych rezultatów. Dobrze jest przeanalizować cechy charakterystyczne klientów, do której kierowane są nasze działania, aby stwierdzić, jak najlepiej tę klientelę pozyskać i aby zaplanować zgodnie z tym naszą strategię marketingową.

ZMIANA CEN

Zmiana cen, warunków zakupu lub warunków fakturowania może stymulować zapotrzebowanie rynkowe na nasze produkty lub usługi. Aby stwierdzić czy możemy obniżyć ceny, należy wiedzieć co oferuje konkurencja i jaki mamy margines zysku. Jeśli obniżenie cen nie jest możliwe, poprawa ogólnych warunków transakcji często przynosi pozytywne efekty.

BĄDŹMY OSTROŻNI Z KONKURENCJĄ

Zawsze należy wiedzieć, co robi konkurencja. Informacje te pomogą zrozumieć jej zachowanie, możliwości i limitacje. Mając tę wiedzę, będziemy lepiej przygotowani do obrony naszej pozycji na rynku, do reagowania na zmiany i do znajdowania nowych rynków.

POPRAWMY STOSUNKI W ŚRODOWISKU LOKALNYM

Działajmy i poprawmy naszą obecność w środowisku lokalnym. Działania takie, jak sponsorowanie miejscowych wydarzeń, przemówienia na spotkaniach lub sponsorowanie miejscowej drużyny sportowej pomogą w podniesieniu naszego profilu i zwiększeniu sprzedaży.

NIE ZANIEDBUJMY OBSŁUGI KLIENTA

Należy wiedzieć, jak klienci oceniają jakość naszej obsługi i szybkość jej reakcji. Pozytywne opinie przekazywane przez klientów z ust do ust są bardzo ważne dla firmy.

NALEŻY WIEDZIEĆ, KIEDY TRZEBA SIĘ ZATRZYMAĆ

Jeśli pewne części biznesu, usługi lub linie produktów przynoszą niski dochód, są mało rentowne lub mają zbyt wysokie koszty własne, eliminacja ich może być dobrą rzeczą. Może to być trudne, jeśli istnieją zobowiązania co do bieżącej oferty, jednak usunięcie mniej zyskownych produktów lub usług może zaoszczędzić nam pieniądze i pozwolić na zainwestowanie ich w lepszy sposób.