



# SALES CLOUD

Prepared for MUNI 2024

# OBSAH

## DNEŠNÉ PREDNÁŠKY

01

Obchodný proces

02

Lead management

03

Opportunitny management

04

Meranie predajného procesu a  
Sales cloud Objekty

05

Security a dátové  
modelovanie

**OBCHODNÝ**

# Čo je to obchodný proces?

**Súbor vopred definovaných, štruktúrovaných a opakovateľných krokov, ktoré vedú ku:**

- Predaju tovaru/komodít
- Poskytovaniu služby za cenu

niekomu v danom **časovom období a mieste.**

Počet krokov a zložitosť procesu sa líšia a závisia od mnohých faktorov, ako je priemysel, typ zákazníkov a typ tovaru/služieb.

# Prečo mať obchodný proces?

## Chaos a Improvizácia vs. Viete, čo robíte

- Proces samotný sa dá merať a optimalizovať = je riadený
  - Pridelovanie zdrojov v rámci organizácie
  - Čas na vytvorenie ponuky/zmluvy
  - Úzke miesta a celková efektivita
  - Výkonnosť (ľudia, zdroje, ...)
- Štandardizácia a automatizácia
- Nástup nových členov predajného tímu

# Príklad obchodného procesu

## Typical B2C Sales Process



## Typical B2B Sales Process



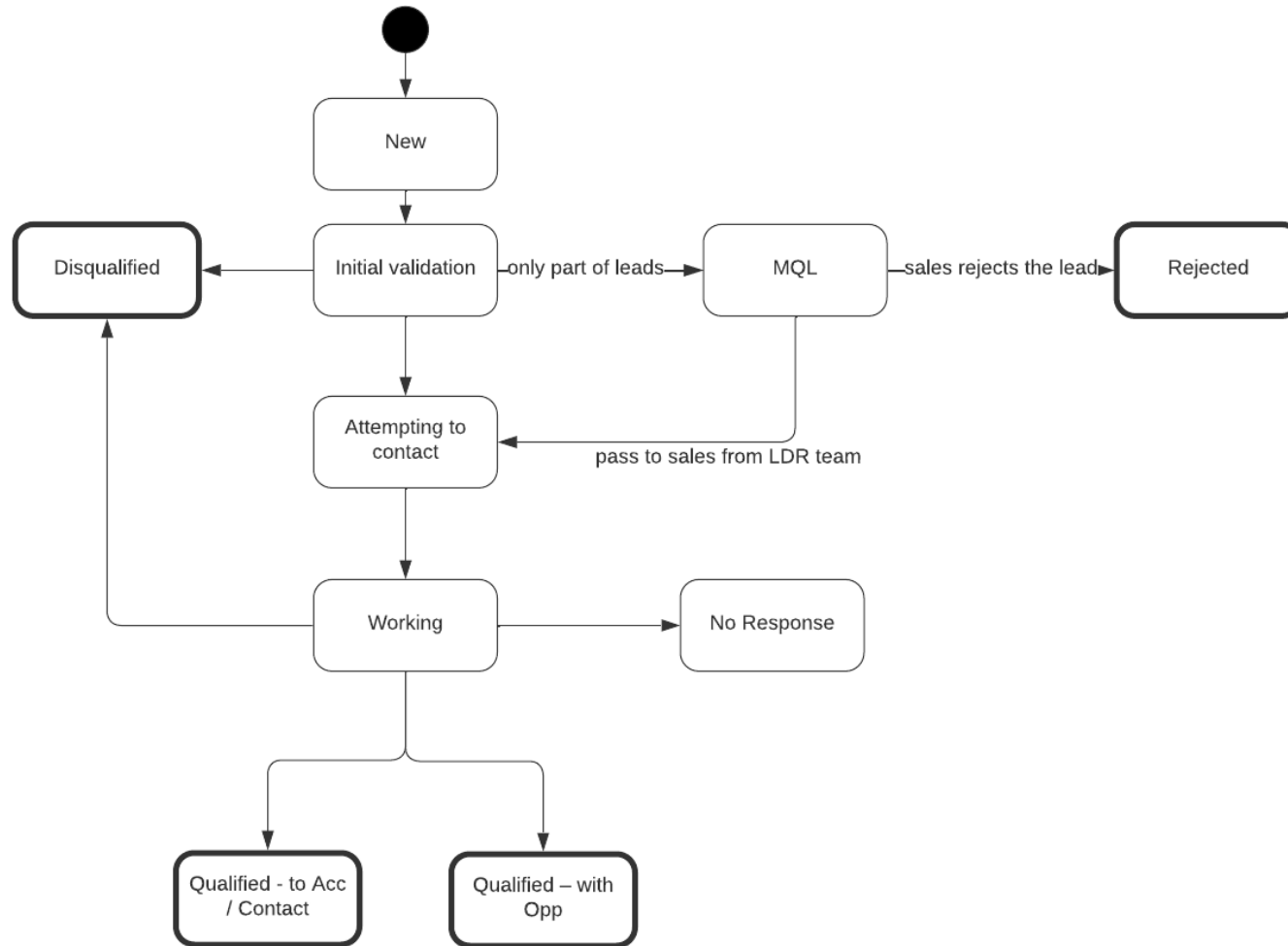
**LEAD**

# Lead management

- **Lead** = (akýkoľvek) potenciálny budúci zákazník
- **Prospekt** = kvalifikovaný kontakt, ktorý bol presunutý do predajného procesu
- Kvalifikácia – **BANT** (hlavne v B2B)
  - **Budget** – Koľko je prospekt ochotný a schopný minúť na vaše riešenie?
  - **Authority** – Kto je osoba s autoritou v tomto predaji? Kto robí konečné rozhodnutie?
  - **Need** – Má prospekt skutočnú potrebu pre môj produkt?
  - **Timeline** – Koľko času bude prospekt potrebovať na rozhodnutie o nákupe?
- Neexistuje univerzálne pravidlo, ako a kedy je lead kvalifikovaný
- **Zdroje leadov** – vlastné webové stránky, udalosti, odporúčania, sociálne siete, ATL kampane, komerčné databázy



# Príklad toku leadov (v B2B spoločnosti)



MQL = marketing qualified lead  
LDR = lead development representative  
BDR = business development representative (=SDR)

**OPPORTUNITY**

# Opportunity management

**Kvalifikovaný lead** = máme dostatok (a kvalitných) údajov, bol identifikovaný potenciálny zákazník, existuje zámer nakúpiť

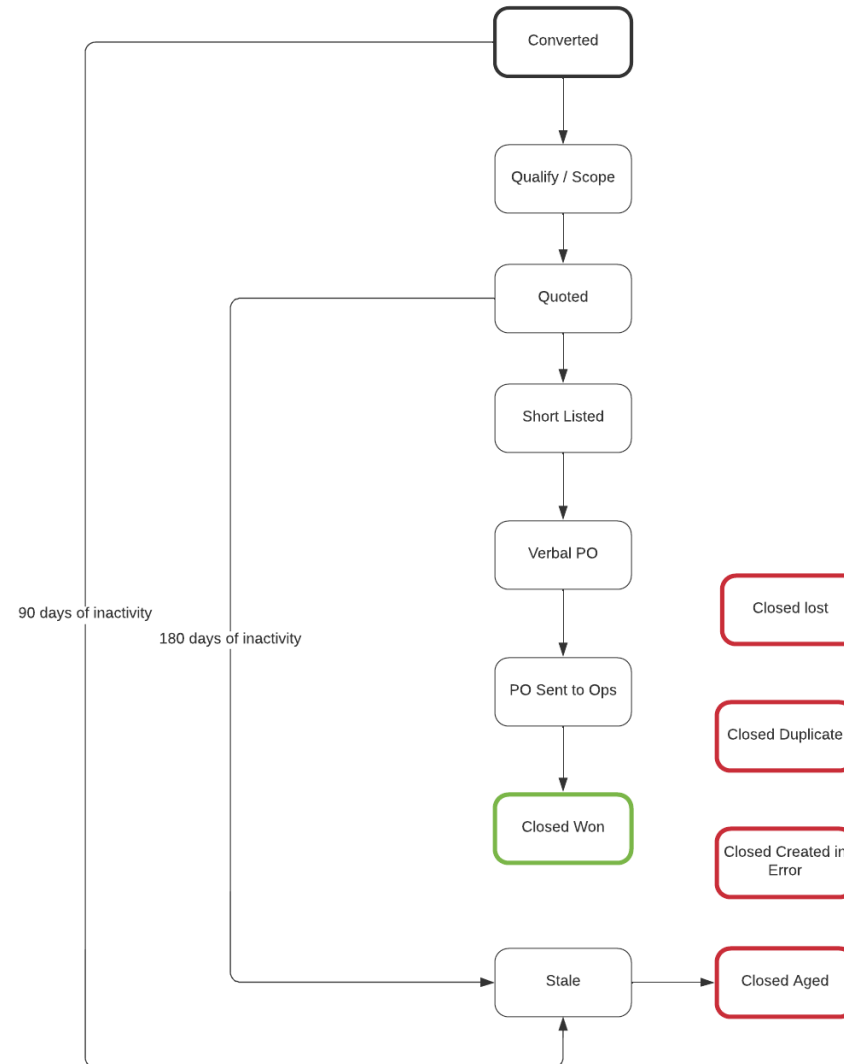
## Kľúčové atribúty:

- (Očakávaný) dátum uzatvorenia obchodu
- Suma – ekonomická hodnota, ktorú očakávame realizovať (objem, tržby atď.)
- Fáza obchodnej príležitosti
  - Otvorená / Uzavretá
  - Prehraná / Vyhraná
- Pravdepodobnosť, že obchod bude uzavretý (0-100%)

# Čo sa deje s obchodnou príležitosťou (v SF)

- Potenciálny zákazník je **identifikovaný**, sú zapojené kontakty
- Môže ísť o **nový obchod / doplnový obchodu / obnovenie**
- Môže byť **vytvorená ponuka/súbor ponúk** (configure, price and quote - CPQ) a **schválená**
- **Stretnutia / hovory / e-mailly** – je dobré ich sledovať v kontexte príležitosti
- Fázy sa menia, pravdepodobnosť sa upravuje (zvyšuje), dátum uzavretia sa upravuje
- **Spolupráca** v rámci organizácie (zdieľanie, komunikácia)
- Príležitosť je zdrojom pre **reportovanie** a **predpovedanie** – predikcia očakávaných uzavretých obchodov v čase:  $f(\%, suma, čas)$
- Obchod je **Uzavretý** :) alebo **Prehraný** :(

# Príklad toku príležitostí (v B2B spoločnosti)



# MERANIE PREDAJNÉHO PROCESU

D OBJEKTY

# Meranie predajného procesu a KPIs

- Nové leady v pipeline
- Priemerný vek leadov v pipeline
- Miera konverzie / Miera výhry
- Dosiahnutie plánu / kvóty
- Annual contract value (ACV)
- Customer lifetime value (CLV)
- Retencia zákazníkov
- ....

Viac na: <https://www.salesforce.com/resources/articles/sales-kpis/>

# The Fundamental Objects of a Sales Process

salesforce



## Leads

Any person that may be interested in your product or services.



## Accounts

Organisation with an established relationship to your company.



## Contacts

Individual directly associated with an account and possibly one or more opportunities.



## Opportunities

Any potential revenue-generating sales deal or event you want to track.



## Activities

A detailed interaction log for a call, a follow-up task or a calendar event.

salesforce



# Vzt'ahy medzi štandardnými Sales Cloud objektami

