

# Cesty ke zlepšení prodeje

## Win/Loss analýza

Zažili jste situaci, kdy jste dali zákazníkovi bezkonkurenční nabídku, ale on se přesto rozhodl pro dražší nebo technicky méně dokonalý produkt konkurence?

Důvodem je, že zákazník se nerozhodne matematickým srovnáním jednotlivých parametrů nabídek, ale vyhodnocuje pocitově tři až čtyři pro něho nejdůležitější parametry.

Pokud jste horší než konkurence nebo zcela opomíjíte některý z těchto parametrů, obchod získá konkurent, i když Vy excelujete ve všech ostatních.

Proto je mimořádně důležité tyto požadavky zákazníků znát a využívat nejen v prodeji, ale i pro další vývoj Vašich produktů a služeb.

Win / Loss analýza je nástrojem, jak tyto nákupní důvody zákazníka poznat a systematicky využít.

### Co je to Win/Loss analýza?

Cílem Win/Loss analýzy je zjistit důvody, proč jste vyhráli některé obchodní případy, ale ztratili jiné.

Analýza zahrnuje odpovědi na otázky:

- Co je pro zákazníka důležité?
- Jste v tom lepší nebo horší než konkurence?
- Kde se musíte zlepšit?
- Jak se zlepšila Vaše obchodní úspěšnost, když se zlepšíte?
- Co dělá Vaše konkurence hůře?
- Jak to použít při obchodním jednání?

### Jak Win/Loss analýzu provést?

Typicky analýza probíhá následovně:

1. **Vyberte zákazníky, kterých se zeptáte** (klíčoví / noví / ztracení / potenciální /...)
2. **Připravte si scénář otázek** (co je pro zákazníka důležité, jak je to důležité, jak v tom hodnotí jednotlivé dodavatele)
3. **Zeptejte se zákazníků** (měl by se ptát někdo jiný než obchodník)
4. **Srovnajte se s konkurencí** (v čem jste lepší, v čem horší)
5. **Vydefinujte plán na zlepšení** (v čem se chcete rychle zlepšit)
6. **Prosadte změny napříč společností** (vývoj nových produktů, mkg komunikace, ...)
7. **Komunikujte své silné stránky** (zdůrazněte pro zákazníka důležité parametry)
8. **Analýzu pravidelně opakujte** (doporučujeme 1xčtvrtletně)

### Co Vám analýza přinese?

Správně provedená analýza Vám pomůže:

- Monitorovat trendy na trhu
- Optimalizovat positioning Vaší nabídky
- Zvýšit obchodní úspěšnost
- Zvýšit ziskovost nabídek
- Zjistit, proč je jeden obchodník lepší než druhý
- Zaměřit vývoj nových produktů správným směrem

Pouze 1 z 5 firem pravidelně provádí Win/Loss analýzu. Pokud mezi ně budete patřit i vy, získáte významnou konkurenční výhodu. Je to jedna z mála technik, která rychle přináší vysokou návratnost.

Ing. Martin Šembera  
 D3Business Consulting s.r.o.

WWW.D3BC.CZ