

Fase uno: Relazione obiettiva

Monitorare il proprio lavoro di vendite per un mese (o qualunque periodo è appropriato nel proprio settore) e rispondere a queste domande:

- A. Se contattati 100 nominativi (tramite telefonate, mailing, incontri di persona o una combinazione di questi),
quante trattative potete aspettarvi di avviare? _____
- B. Quante delle trattative identificate in A si trasformerebbe in proposte? _____
- C. Quante delle proposte identificate in B si trasformerà in vendite effettive? _____

Fase due: Rapporto

Dividere il numero sulla linea C per 100. Il risultato è il vostro rapporto di vendita. _____

Fase tre: Obiettivi

1. Qual è la tua quota di vendita obiettivo annuale _____
2. Quali sono le vendite proiettate dall'anno precedente, da parte dei clienti attuali? _____
3. Sottrarre punto 2 da 1 oggetti di produrre la quantità di vendite necessarie quest'anno _____
4. Inserisci l'importo della vendita media. _____
- 5 Dividi il punto 3 per il punto 4 per avere le nuove vendite necessari quest'anno. _____

Fase quattro: drop-line

-> dividere il numero al punto 5 per il rapporto si è calcolato in Fase due. _____

Bingo! Hai costruito un selling-budget perfetto! Beh, forse no, ma questo è il numero di contatti che dovrai avere nel prossimo anno per raggiungere il tuo obiettivo annuale.

Ora dividere quel numero per 48 (consideriamo almeno 4 settimane di vacanza), e saprai quanti nominativi è necessario contattare ogni settimana per arrivare al tuo budget.

Nota: Puntare in alto! Ho sempre puntato al 125 per cento di quota se voglio colpire il 100 per cento.