



7 problemów, przez które sprzedaż B2B traci skuteczność

Poradnik dla managerów
i dyrektorów sprzedaży B2B

Spis treści:

1	Wstęp: pytanie, na które dziś nie znasz odpowiedzi	3
2	Czy znasz te dwa filary nowoczesnej sprzedaży B2B?	4
3	7 problemów, przez które sprzedaż traci skuteczność - na przykładzie typowego tygodnia pracy Marka, handlowca B2B	5
4	Ile godzin pracy firma traci z powodu tych problemów?	9
5	Case study: Dystrybutor materiałów budowlanych (30 handlowców)	10
6	Co możesz z tym zrobić?	12

1. Pytanie, na które dziś nie znasz odpowiedzi

Poznajmy Marka.

Pięć lat w sprzedaży B2B, 60 stałych klientów w regionie. Marek to jeden z najlepszych handlowców w zespole – jest sumienny i zawsze dowozi cele sprzedażowe. **Problem w tym, że robi to kosztem pracy od 6:30 do 20:00.**

Zanim wyruszy w trasę, wchodzi do firmowego systemu: sprawdza indywidualne cenniki, minima logistyczne, stany magazynowe, a czasem zerka, czy klient nie zalega z płatnościami.

W terenie działa na pełnych obrotach – chodzi z klientami na kawę i na lunch, robi zdjęcia ekspozycji w sklepach, wykonuje telefony do innych handlowców, żeby połączyć zamówienia. Po każdej wizycie robi notatki w papierowym notatniku, żeby nic mu nie umknęło.

Po całym dniu **wraca do domu, otwiera laptopa i siada do „drugiego etatu”**. Zgrywa zdjęcia, przepisuje notatki do CRM-u i przygotowuje wersje robocze ofert. Wszystko po to, by rano szybko złapać szefa o 8:00, zdobyć akceptację i o 9:00 wysłać gotowy plik do klienta – bo wtedy ma największe szanse na sprzedaż. Dzień jak co dzień.

Ale w całej tej historii jest pytanie, na które ani Marek, ani jego manager nie znają odpowiedzi:



Ile godzin w tym tygodniu
Marek faktycznie sprzedawał,
a ile godzin poświęcił na „obsługę” sprzedaży?

Nikt tego dokładnie nie wie. Manager widzi tylko dowieziony target, a CRM jest wzorowo wypełniony (a wypełniany jest oczywiście po godzinach). W najlepszym razie wszyscy wiedzą „mniej więcej”, że procesy zajmują „dużo czasu”.

Ale my mamy dokładne dane – więc to policzyliśmy.

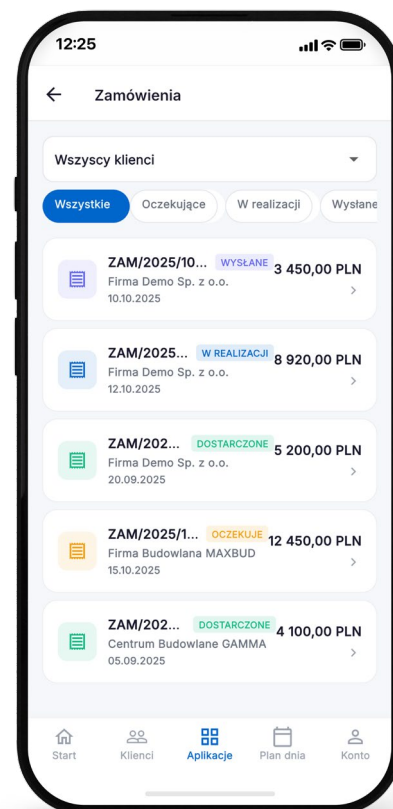
2. Czy znasz te dwa filary nowoczesnej sprzedaży B2B?

Firmy, które przyspieszyły sprzedaż B2B, dały handlowcom to, czego wcześniej nie mieli: **dane w terenie i AI do pracy z tymi danymi**. Żadne z tradycyjnych rozwiązań nawet nie dotknie przyczyny.

Aplikacja dla handlowca: sprzedaż dzieje się u klienta, nie w biurze

Handlowiec B2B większość pracy wykonuje poza biurem. Jeśli przy tym nie ma dostępu do aktualnych stanów magazynowych, cen i historii klienta, to każdą decyzję podejmuje z pamięci albo z wydruku (który był aktualny rano).

Ideo SFA (Sales Force Automation), czyli nasza aplikacja dla handlowca, daje mu w telefonie szybki dostęp do danych klientów, indywidualnych cenników i stanów magazynowych w czasie rzeczywistym – również offline. Zamówienie składa od razu, przy stole z klientem.



Agent AI usuwa rutynę z pracy handlowca

Agent AI dla handlowca **to nie chatbot dla klienta końcowego, tylko narzędzie wewnętrzne**. Synchronizuje dane z ERP, CRM i PIM, aby mógł podpowiadać handlowcowi, do kogo zadzwonić, co zaproponować, u kogo spada aktywność – ale także generuje draft oferty na podstawie zapytania.

Aplikacje mobilne dla handlowca i AI nie są dwoma osobnymi trendami. To dwie różne strony jednego medalu.

Bez danych w terenie AI nie ma czym wspierać handlowca, a bez AI handlowiec tonie w danych, których jest za dużo i z których za wolno wyciąga to, co istotne. Realną przewagę w sprzedaży B2B daje dopiero jedno i drugie razem.

3. Tydzień Marka

Poniedziałek

Pierwsza wizyta – bez wiedzy temat klienta

8:45. Marek parkuje pod hurtownią pierwszego klienta z tego dnia. To stały kontrahent, współpraca od trzech lat, ale Marek przejął go po innym handlowcu, który odszedł z firmy.

W głowie ma cel: domknąć standardowe zamówienie i zaproponować nową kategorię produktów. Nie wie tylko, że ten klient od kwartału zamawia coraz mniej towarów i przeszedł częściowo do konkurencji. Informacja o tym wprawdzie jest w danych sprzedażowych, ale żeby do niej dotrzeć, musiałby cały czas śledzić sprzedaż tego klienta.

Rozmowa idzie dobrze. Klient składa standardowe zamówienie. **Marek wraca z 30% mniejszą kwotą niż mógłby – ale nawet o tym nie wie.**

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Ideo SFA i Agent AI dają briefing przed wizytą: Marek ma przygotowany tekst z historią zamówień, podkreśleniem zmian w zamówieniach klienta, sugestie cross-sellingu. Marek wchodzi do hurtowni z pełną wiedzą o tym kliencie – i wie, że trzeba pogadać o tym, dlaczego zamawia on coraz mniej. W rezultacie klient daje się namówić i **Marek wychodzi z 30% większą sprzedażą.**

Koszt braku wiedzy o kliencie: około 1,5 godziny (spotkanie bez przygotowania plus wieczorne uzupełnianie CRM). Z Ideo SFA Marek wchodziłby do każdej hurtowni z briefingiem AI i pełną wiedzą o kliencie, a CRM uzupełniłby się sam.

Druga wizyta – handlowiec obiecuje towar, którego nie ma na stanie

11:30. Druga wizyta. Klient pyta o dwadzieścia palet z dostawą na piątek. Marek mówi, że jasne – stany magazynowe dziś rano zgrał do pliku, który właśnie sprawdza i według nich towar jest na miejscu gotowy do wysyłki.

We wtorek pod koniec pracy magazyn odkrywa, że w tym samym czasie inny handlowiec też zarezerwował ten sam towar i trzeba teraz kombinować. Kto był pierwszy? A może się nim podzielić? Klient dowiaduje się o tym w środę rano, gdy chciałby już odbierać towar. Jest niezadowolony i w złości szuka nowego dostawcy.

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Aplikacja pokazuje aktualne stany i terminy dostaw podczas rozmowy. Obietnica pada tylko wówczas, gdy da się jej dotrzymać.

Koszt: reklamacja, nadszarpnięte zaufanie, klient zaczyna dywersyfikować dostawców.

Wtorek

Trzecia wizyta u klienta: Rabat, który czeka na akceptację

10:20. Spotkanie u dystrybutora. Klient pyta o rabat przy większym zamówieniu. **Marek nie zna widełek na pamięć, więc dzwoni do kierownika.** Kierownik oczywiście jest na spotkaniu. Klient czeka i w tym czasie sprawdza ceny konkurencji. Kiedy kierownik oddzwania, **klient mówi, że znalazł ofertę tańszą o 4%.**

Zamówienie domknięte – ale nie u nas.

Klient na pożegnanie prosi, żeby następnym razem Marek od razu dawał widełki.

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Aplikacja zna progi rabatowe i limity decyzyjne każdego handlowca. Zna również limity kredytowe i historię płatności poszczególnych klientów. **Marek ma odpowiedź w trzy sekundy.** Wnioski powyżej progu idą do akceptacji automatycznie.

Koszt: 45 minut oczekiwania na akceptację i klient, który zaczyna sprawdzać konkurencję. Z aplikacją Marek widzi indywidualne progi rabatowe i limity decyzyjne bez dzwonienia do kierownika.

Środa

Czwarta wizyta u klienta: Oferta wychodzi dzień po spotkaniu

14:00. Marek wraca z czwartego spotkania. Nowy klient, duży kontrakt, oferta potrzebna „najpóźniej jutro”. Otwiera Excela, sprawdza warunki handlowe, liczy marżę.

Oferta wysyła się o 18:30. **Następnego ranka klient odpisuje, że zamówił już u konkurencji, która odpowiedziała tego samego dnia.**

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Agent AI generuje draft oferty na miejscu, na podstawie zapytania. Marek wysyła ofertę w ciągu kilku minut, a nie godzin czy dni.

Koszt: 2 godziny składania oferty po spotkaniu i jeden utracony kontrakt. Agent AI wygenerowałby draft na miejscu, a klient dostałby ofertę jeszcze przed odjazdem handlowca.

Praca po godzinach

21:00. Hotel, wieczór. Marek przepisuje sześć zamówień z notatek do CRM-u. Jest zmęczony, więc w jednym z zamówień **myli kod produktu** i magazyn kompletuje wadliwe zamówienie. W piątek BOK tłumaczy się przed kontrahentem i organizuje dosyłkę.

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Zamówienie złożone w aplikacji trafia do ERP od razu. **Skaner kodów eliminuje pomyłki.** Marek jedzie do hotelu spać.

Koszt: 2 godziny przepisywania zamówień w hotelu i jedna reklamacja w piątek. Zamówienie złożone w aplikacji trafia do ERP od razu, skaner kodów eliminuje błędy.

Czwartek

Piąta wizyta: Klient odchodzi po cichu

9:00. Na liście klientów do obdzwonienia trzeba wykreślić jedno nazwisko. Klient X – stały kontrahent, ostatnie zamówienie ponad dwa miesiące temu.

Marek dzwoni. **Klient mówi, że od półtora miesiąca zamawia u konkurencji – bo mają szybsze odpowiedzi i lepszą obsługę.**

Marek odkłada telefon. Gdyby wcześniej zajrzał w dane sprzedażowe, to dałoby się odczytać problem, który trwa od pół roku: rytm zamówień się zerwał, klient przestał odbierać telefony. **Sygnal był w systemie, tylko nikt go nie zauważył.** Bo też trudno oczekiwać, żeby codziennie śledził sprzedaż wszystkich swoich kilkudziesięciu klientów niczym akcje na giełdzie i robił statystyki.

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Agent AI wychwytuje wzorce: u kogo aktywność spada, kto przestaje odbierać, kto przestaje kupować. **Marek dostaje alert dużo wcześniej niż po fakcie** i wie, co z tą informacją zrobić.

Koszt: utracony klient i godzina na rozmowę, która nic już nie zmieni. Agent AI sygnalizuje spadającą aktywność dużo wcześniej, co daje możliwość zadziałania i odbicia klienta.

Piątek

Laptop na kolanach i biała plama zasięgu w hali

15:00. Marek parkuje pod wielką, blaszaną fabryką. Zasięg na zewnątrz to pełne 5G, ale zanim wysiądzie, musi „rozbić biwak”. Laptop ładuje na kierownicy, hotspot włączony. W jednej karcie ładuje powolnego CRM-a, w drugiej system ERP ze stanami magazynowymi, a w tle szuka Excela z dzisiejszymi cenami. Żongluje oknami przez kwadrans.

Wchodzi do hali produkcyjnej na spotkanie i... odcina go od świata. Gruba stal całkowicie zabija zasięg. **Klient jest gotowy na zakupy, pyta o dostępność i nowe ceny. Marek zamiera - nie sprawdzi tego bez internetu.** Zamiast sprzedawać, musi świecić oczami i zgadywać, albo przeprosić, wybiec na parking „złapać kreskę” zasięgu i dopiero wrócić z ofertą.

Jak by to wyglądało z aplikacją Ideo SFA?

Laptop zostaje w torbie. Marek ma wszystkie dane w smartfonie. Wchodząc do hali, **aplikacja płynnie i niezauważalnie przechodzi w tryb offline**, zachowując dane zaktualizowane co do sekundy przed utratą sieci. Marek błyskawicznie odpowiada na pytania, wylicza rabat i klika „Zamów”. Gdy tylko opuszcza fabrykę, telefon sam łapie sieć i w tle wysyła gotowe zamówienie.

Koszt: 15 minut (przed każdym spotkaniem) straconych na niewygodną papierologię w aucie i wizerunkowa wpadka przed klientem, gdy brak internetu blokuje sprzedaż.

4. Wróćmy do pytania... ...z początku poradnika:

Ile godzin w tym tygodniu
Marek faktycznie sprzedawał,
a ile godzin poświęcił na „obsługę” sprzedaży?

I policzmy:

- **Poniedziałek:** 1,5 godziny – dwa spotkania bez przygotowania i uzupełnianie CRM-u wieczorem;
- **Wtorek:** 45 minut – oczekiwanie na akceptację rabatu i uzupełnianie wizyt w systemie;
- **Środa:** 4 godziny – 2 godziny składania oferty po spotkaniu i 2 godziny przepisywania zamówień w hotelu;
- **Czwartek:** 1 godzina – rozmowa z klientem, który już odszedł, i dopisywanie zaległych wpisów do CRM-u;
- **Piątek:** 15 minut × kilka spotkań – przygotowywanie się i sprawdzanie aktualnych cen i stanów towaru w ERP przed każdą wizytą.

Razem: około 8-10 godzin tygodniowo, które Marek musiał poświęcić na wszystko, tylko nie na sprzedaż i rozmowy z klientami.

Oczywiście dokładna liczba zależy od branży, wielkości zespołu, liczby klientów, sezonu i innych czynników. W niektórych firmach będzie to 6 godzin tygodniowo, w innych 12 i więcej.

Przelicz sam. A potem pomnóż tę wartość przez liczbę handlowców w zespole.

To tylko godziny – tylko i aż. Nie liczymy utraconego klienta, kontraktu, który wzięła konkurencja, reklamacji, której można było uniknąć – **a to wszystko przecież mocno wpływa na ostateczny wynik.**

Ale Marek nie jest temu winien – robi co tylko może, żeby wyjść na swoje.

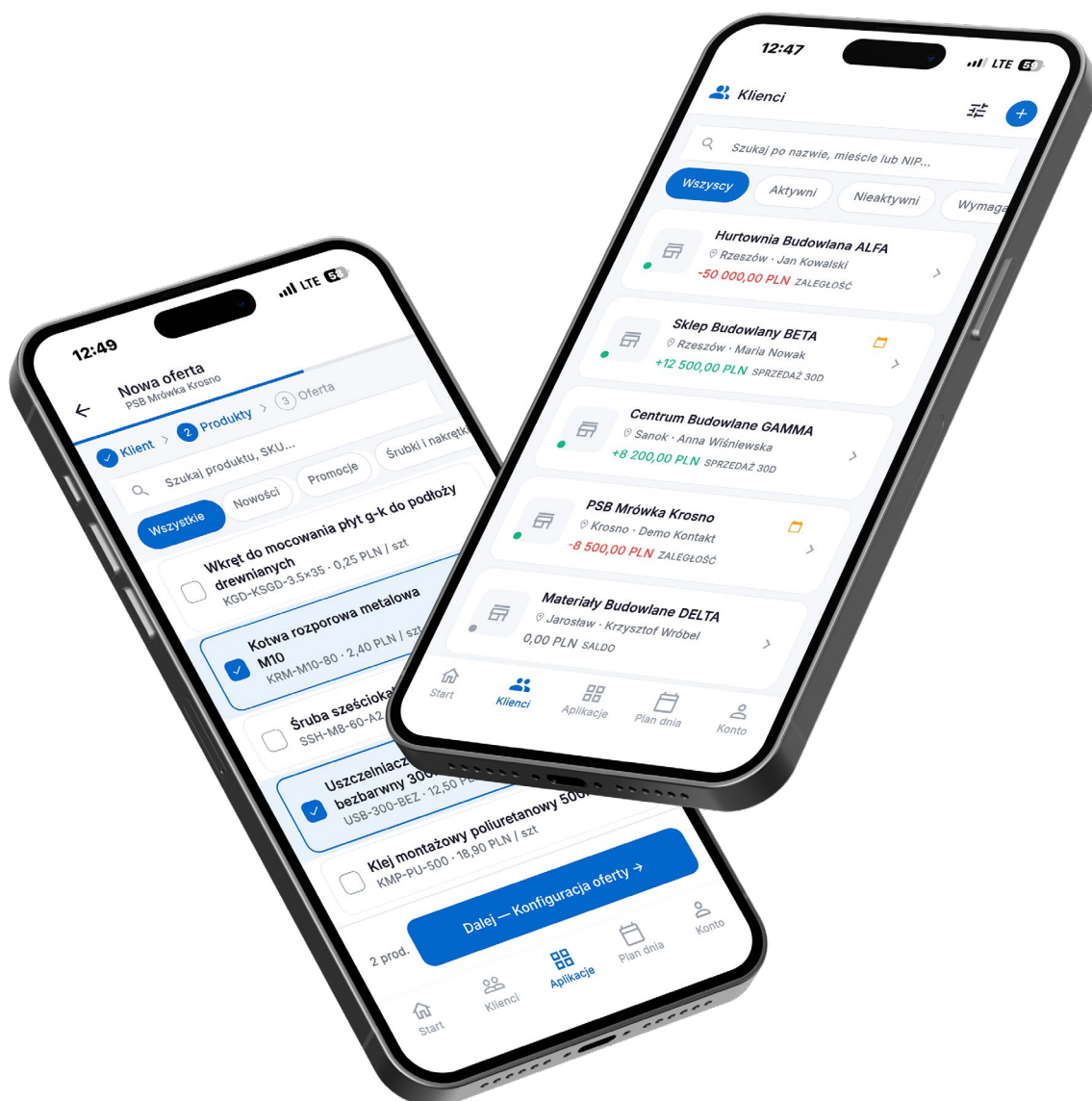
A gdyby tak dostał narzędzia, które zdejmą z niego wszystko to, co go blokuje przed pójściem dalej?

Jak by to wyglądało, gdyby Marek miał do dyspozycji Ideo SFA?

5. Case study – dystrybutor materiałów budowlanych

Możemy to pokazać na przykładzie jednej z dużych, regionalnych firm budowlanych z 30 handlowcami, w której wdrożyliśmy naszą aplikację.

Jak to w przypadku firm z dynamicznym cennikiem i stanami magazynowymi, dużym przepływem towarów i dużą liczbą klientów, którzy zamawiają mało, czasem nawet na granicy z detalem – pracy „obsługującej i organizującej” sprzedaż było przynajmniej tyle samo, co samej sprzedaży. Handlowcy dzwonili do BOK-u średnio 6-8 razy dziennie (×30 handlowców...), zamówienia trafiały do ERP najwcześniej wieczorem, oferty wychodziły czasami kilka godzin po spotkaniu, a czasami dzień-dwa po.



Po wdrożeniu Ideo SFA i Agenta AI dla handlowca:

- zamówienia trafiają do ERP w czasie rzeczywistym, a magazyn rozpoczyna kompletację tego samego dnia;
- oferty wychodzą podczas spotkania, więc klient nie ma nawet czasu (ani powodu), by szukać u konkurencji;
- handlowiec ma dla każdego klienta indywidualne cenniki, stany magazynowe i historię w telefonie – wszystko aktualne, więc nie musi co chwilę dzwonić do biura;
- Agent AI proaktywnie wskazuje handlowcowi: u których klientów cykl zamówień się kończy, gdzie aktywność spadła, komu zaproponować cross-sell i w jakiej formie;
- manager widzi aktywność zespołu na żywo i wie, czy realizują plan.

Wszystkie 9-10 godzin tygodniowo (ponad jeden dodatkowy dzień pracy!) zostały w ten sposób odzyskane, a praca handlowca stała się dużo bardziej płynna.

Boisz się wdrażać od razu całość? Rozumiemy.

Wdrożenia nie trzeba robić w całości od razu. Można zacząć od jednego zespołu albo jednego procesu, na przykład od samego ofertowania. Albo nawet od jednego handlowca, który będzie chętny to przetestować. Pierwsze efekty pojawiają się zwykle w ciągu miesiąca.

Każda firma, do której wchodzimy, ma własną specyfikę. Jednym potrzebna jest aplikacja mobilna, innym Agent AI, a jeszcze innym najpierw trzeba poukładać dane w ERP, żeby w ogóle mieć porządek w danych. **Mówimy o tym wprost, zanim zaczniemy cokolwiek wdrażać.**



Anna Wolanin,
Lider Rozwoju i Strategii E-commerce

Skontaktuj się z nami →



6. Co możesz zrobić dalej?

Marek to imię fikcyjnej postaci. **Ale jego doświadczenia nie są wymyślone – to zebrane przez nas podczas rozmów prawdziwe problemy handlowców.** Dzieje się to codziennie w setkach firm B2B w Polsce.

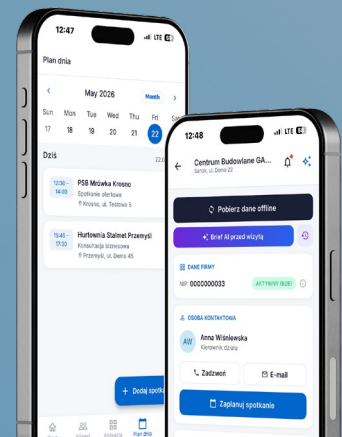
Zapewne nie musisz już pytać, czy w Twoim zespole też się tak dzieje – zapytaj raczej, ile godzin tygodniowo i u ilu klientów.

Co zrobić dalej? Masz dwie ścieżki:

Zobacz Ideo SFA w działaniu

30 minut prezentacji **na żywym demo**. Możemy przeklikać się przez każdą opcję i sprawdzić, jak działa oraz ocenić, **jak zadziała u Ciebie** i czy w ogóle jest dla Ciebie.

Umawiam prezentację Ideo SFA →



Porozmawiajmy o Twoim procesie sprzedaży

Pokaż nam, jak dziś pracują Twoi handlowcy i co najbardziej ich blokuje. **Powiemy Ci, gdzie tracicie czas i co da się z tym zrobić** – z Ideo SFA, z Agentem AI, lub z innymi narzędziami.

Porozmawiajmy bez zobowiązań →



Zaczynamy od rozmowy o Twoich handlowcach i Twoich danych – nie od wdrażania systemów. Powiemy wprost, czy nasze rozwiązania pasują do Twojej sytuacji. Jeśli nie pasują, też powiemy.



Napędzamy biznes technologią



Software Development

Aplikacje mobilne

Aplikacje desktopowe

Oprogramowanie dedykowane

Rozwiązania oparte na AI



LOGITO workflow

Obieg faktur

Helpdesk

Urlopy i delegacje

E-teczki



E-commerce

E-commerce B2C/B2B

Narzędzia klasy PIM

Marketplace

Narzędzia wspierające e-commerce



Web Development

Serwisy internetowe

Portale internetowe

Makiety UX/UI

Dostosowanie do WCAG



Digital Workplace

Platforma e-learningowa

Platforma intranetowa

Pełną ofertę znajdziesz na: www.ideo.pl