



Go-to-Market ROI

Antoma Optimizer™ - Evaluation

"Show me the money" Steve Ballmer

Utmaningar och behov

Det finns ständigt ett behov att utvärdera lönsamheten i företagets sätt att gå till marknaden. Det innebär ofta en analys av hur företaget jobbar och vilka vägar man väljer att gå till marknaden. Med rätt metod och konkreta nyckeltal ger arbetet att analysera lönsamheten i affärsmodellen flera positiva resultat. Det ger möjligheten att etablera nya, utveckla befintliga eller i vissa fall avveckla försäljningskanaler.

Några viktiga frågor att ta ställning till;

- Vilka av våra försäljningskanaler är lönsamma – och vilka är det inte?
- Vad kännetecknar lönsamma respektive olönsamma försäljningskanaler?
- Hur förändrar vi beteende hos olönsamma partners – är det lönt?
- Hur mäter vi våra försäljningskanaler på ett korrekt och effektivt sätt?
- Vilka kostnader driver respektive försäljningskanal?



Resultat och leverans

Resultatet av Antoma Go-to-Market ROI Evaluation ger en tydlig uppfattning av vilka försäljningskanaler som är lönsamma och vilka som behöver förändras. Detta presenteras i en tydlig ROI-analys sammanfattat i ett scorecard med ett antal viktiga nyckeltal, exempelvis:

- Avkastning på investerad säljkrona.
- Lönsamhet per partner.
- Cost of sales – den verkliga kostnaden för våra olika försäljningskanaler.
- Etableringsanalys – för att etablera nya försäljningskanaler.



Go-to-Market ROI

Antoma Optimizer™ - Evaluation

Metoder och insatser

Förberedelserna består dels av faktainsamlade interna och externa intervjuer med gemensamt utvalda nyckelpersoner, men också ett gemensamt planeringsmöte för att "sätta scenen" och ambitionsnivån.

Workshopen genomförs tillsammans med hela teamet under en till två dagar. Antoma faciliterar, bidrar med struktur, metoder och processledning. Dessutom delar vi självklart med oss av vår samlade och mångåriga erfarenhet inom företagsledning, försäljning, marknadsföring och att driva förändringsprojekt.

Arbetsmetoden vi använder är illustrativ, involverande och engagerande där alla i gruppen har möjlighet att komma till tals. Vilket bygger på i förväg framtagna och skräddarsydda mallar. Metoden bidrar till att alla blir maximalt engagerade och aktiva i processen där man tillsammans ser resultatet växa fram. Vilket leder till effektivare mötesarbete och ett väl förankrat resultat där alla är aktiva i beslutsprocessen och framtagandet av den konkreta handlingsplanen.

Workshopresultatet presenteras därefter i ett halvdagsmöte tillsammans med hela eller delar av gruppen, där eventuella justeringarna kan genomföras och beslut angående det fortsatta arbetet fattas.