

INTERNATIONALE PUBLICATIES OVER SALES

In een complexe en dynamische wereld hebben organisaties informatie over zichzelf en hun omgeving nodig om succesvol te zijn. Maar hoe verkrijgt u betrouwbare en relevante informatie en hoe gaat u ermee om? Business intelligence helpt u in het ontsluiten van informatie die niet in de operationele systemen voorhanden is. Het zorgt ervoor dat 'de juiste informatie op de juiste plaats op het juiste moment en in de juiste vorm beschikbaar is'. Daarnaast geeft het de mogelijkheid om diverse rapportages te maken waarvoor gegevens uit diverse informatiesystemen nodig zijn.



In 'Business Intelligence' geven Peter van Til en Ton de Rooij een uitgebreid overzicht van de componenten die noodzakelijk zijn om business intelligence toe te passen in organisaties. Het boek bestaat uit twee delen. Het eerste deel gaat in op de architectuur en de componenten van data warehousing en business intelligence. De omgeving waarin de componenten worden geplaatst wordt 'een eenduidige informatieomgeving (EIO)' genoemd. Een EIO zorgt ervoor dat de business intelligence-vraagstukken kunnen worden opgelost. Hiervoor wordt gebruikgemaakt van gegevens uit diverse bronnen, die worden opgeslagen in een geïntegreerde omgeving om ze van daaruit weer ter beschikking te stellen aan de gebruiker. In het tweede deel van dit boek wordt aandacht besteed aan de organisatorische effecten bij het toepassen van business intelligence. De centrale vraag in dit deel is: wat is het voordeel voor de business? Bij de organisatie horen zaken als implementatie, onderhoud en testen, want garbage in betekent garbage out! Business intelligence beschrijven zonder verduidelijking, kan uitmonden in droge kost. Dit boek zorgt voor wat smeermiddel door gebruik te maken van voorbeelden ter verduidelijking. Deze voorbeelden zijn echter alle gerelateerd aan het bedrijf FuzzyToys, een wereldwijd opererende speelgoedfabrikant. Dit degelijke (studie)boek vraagt wat mij betreft om een meer uitnodigende lay-out, meer praktijkcases en tips en trucs zodat de laagdrempeligheid toeneemt.

'Meten is weten, gokken is dokken en de weg naar het faillissement is geplaveid met aannames'. Daarom het volgende. Een

Sales manager is in de eerste plaats een manager in plaats van een verkoper. Net zoals andere managers binnen het bedrijf is hij ervoor verantwoordelijk om dingen gedaan te krijgen van andere mensen om economische doelstellingen te bereiken. Dingen gedaan krijgen betekent dat een sales manager actiegericht en doelgericht moet werken. Hij wordt afgerekend op wat wordt bereikt en niet op het proces dat wordt gemanaged. Deze resultaten moeten door anderen, in dit geval de verkopers, bereikt worden. Met het bereiken van economische doelstellingen wordt bedoeld dat een sales manager continu moet afwegen wat de financiële consequenties zijn van de acties. Waarop worden managementbeslissingen gebaseerd? Op welke wijze worden economische doelstellingen bereikt? Wellicht dat er veel meer in uw verkoopteam zit dan u er momenteel uitkrijgt. Het kan altijd beter en meestal veel beter. Het is uw vak om de kwaliteit van uw verkopers te verbeteren met als resultaat: meer verkopen, hogere winst en een verbeterde concurrentiepositie. Het verbeteren van uw mensen en uw organisatie aan de hand van key performance indicatoren brengt vaak succes, maar zit ook vol valkuilen. Vaak wordt alleen het "Wat" behandeld van het sales activity management. In het boek '23 Meetpunten voor Activity Management' wordt veel aandacht besteed aan het "waarom" en het "hoe" van het managen op basis van Key Performance Indicators (KPI's). Daarnaast wordt ook inzichtelijk gemaakt welke valkuilen u tegen kunt komen en hoe u deze kunt omzeilen. Een handig naslagwerk om, als manager, een goede balans te vinden tussen het managen op

basis van feiten en het managen op basis van de relatie. Door het toepassen van de tips in dit boek krijgen u en uw verkopers een heldere kijk op de activiteiten, de resultaten en de te ontwikkelen competenties.



Business Intelligence

Auteurs: Peter van Til, Ton de Rooij
Academic Service / 1e druk / 2008
ISBN-13: 9789012125758



23 Meetpunten voor activity management

Auteur: Harrie van Heck
Media Business Press / 2002
ISBN-13: 9789014088389

Auteur: Richard Austie
Socrates Sales & Management Trainingen
www.socrates-trainingen.nl

Nyenrode Sales Leadership Masterclass
www.nyenrode.nl/slm