

Het Upstream Auditblad

Een werkinstrument voor het managementteam, uit Veel rapporten. Weinig omzet. door Marc Wajsberg

Werk dit in één sessie door met je managementteam. één zin per rij. Waar dat niet lukt, waar het eerlijke antwoord “onduidelijk” of “we zijn het oneens” is, is die rij een prioriteit. Dit is geen strategiedocument. Het is een diagnose. De waarde zit in het gesprek dat het afdwingt.

#	BESLISSING	OPGELOST? (J / N / Onduid.)	HFST.	EIGENAAR	DEADLINE
1	Primair klantsegment, voor wie we er het meest zijn		5		
2	Klantsegment waarvoor we NIET bedoeld zijn		5		
3	Positie die we willen claimen, één zin		6		
4	Bewijs dat die positie ondersteunt. één voorbeeld met een cijfer		6		
5	Aanbodstructuur. Kan een koper het beoordelen zonder ons te bellen?		8		
6	Kernboodschapvolgorde. Probleem, mechanisme, bewijs, aanbod, volgende stap		9		
7	Belangrijkste kanaal waar onze beste klanten hun mening over ons vormden		10		
8	Website, converteert ze een koude bezoeker met echte intentie?		11		
9	Beslissingsondersteunende content, beantwoordt ze vragen vóór de aankoop?		12		
10	Betaalde acquisitie. Kennen we de kost per gewonnen klant per kanaal?		13		
11	Meting. Hebben we 3 cijfers die verbonden zijn met commerciële resultaten?		14		
12	Accounteigenaarschap; staan alle marketingaccounts op naam van ons bedrijf?		18		
13	Governance, verdwijnt ons bureau morgen, overleeft de commerciële logica dan?		18		
14	Salesgereedheid, kunnen we een koude prospect sluiten zonder de oprichter in de kamer?		18		
15	Upstream beslissingen: duidelijk genoeg gedocumenteerd zodat een nieuwe medewerker ernaar kan handelen?		18		

Tel je zelfverzekerde JA-antwoorden. Onder de 10: dit blad is je startpunt.