Ile rozmów potrzebujesz, żeby dojść do celu przychodu?

Większość firm zna swój cel, ale nie wie, ile pierwszych spotkań tygodniowo musi z niego wynikać. Arkusz liczy to od końca: z celu i Twoich liczb wychodzi plan na miesiąc i na handlowca. Zajmie Ci to ok. 15 minut.

Cel ÷ średnia wartość
= ile wygranych

→

÷ % wygranych ofert
= ile ofert

→

÷ % spotkań z ofertą
= ile pierwszych spotkań

→

÷ handlowcy ÷ 4,35
= nowe rozmowy na handlowca / tydzień

1 Zbierz 6 liczb

Najlepiej z ostatnich 6–12 miesięcy, z CRM albo z faktur. Jedna liczba z pamięci jest lepsza niż żadna, ale zaznacz sobie, które to szacunki.

Cel z nowych klientów na miesiąc	zł netto, bez obecnych klientów
Średnia wartość nowego klienta	w tym samym ujęciu co cel (miesiąc, umowa)
% spotkań zakończonych ofertą	z pierwszych spotkań z nowymi firmami
% wygranych ofert	wygrane ÷ (wygrane + przegrane); „cisza" to przegrana
Dni od oferty do decyzji	średnio, do „tak" albo „nie"
Liczba handlowców	także właściciel, jeśli sprzedaje

Opcjonalnie: ile pierwszych spotkań macie dziś miesięcznie. Arkusz pokaże wtedy, ile brakuje.

2 Wpisz je w różowe pola

Tylko kolumna C w części „Twoje liczby". Procent wpisz jako liczbę, np. 25, Excel zamieni go na 25%. Reszta arkusza jest zablokowana przed przypadkową zmianą i liczy się sama.

3 Przeczytaj wynik

- **Pierwsze spotkania na handlowca / tydzień.** Czy to realne przy jego innych obowiązkach? Jeśli nie, sama aktywność celu nie dowiezie.
- **Oferty czekające na decyzję naraz.** Tyle ofert musi być stale „w grze". Porównaj z tym, co macie dziś w CRM.
- **Dziś / mies.** Gdy wpiszesz obecne spotkania, zobaczysz lukę do celu.

4 Sprawdź, co daje każda dźwignia

Część 3 arkusza pokazuje, ile spotkań mniej potrzeba do tego samego celu, gdy poprawisz jedną rzecz: wyższa średnia wartość klienta (lepszy target), więcej spotkań kończących się ofertą albo więcej wygranych ofert. Dźwignia z największą liczbą w ostatniej kolumnie to dobry kandydat na pierwszy krok: daje efekt bez dokładania rozmów.

> **Uczciwie o liczbach.** To uproszczenie: jedna średnia dla wszystkich klientów, bez segmentów i bez obecnych klientów. Procent policzony z mniej niż ok. 8 przypadków mocno się zmienia od jednej transakcji, więc traktuj go ostrożnie. Arkusz nie obiecuje wyniku, pokazuje, ile pracy wynika z Twojego celu.

Porozmawiajmy o Twoich liczbach

30 minut, bezpłatnie, online. Powiemy, którą dźwignię sprawdzilibyśmy u Ciebie najpierw. Nie musisz wysyłać arkusza, liczby zostają u Ciebie.

Wybierz termin rozmowy →

Chcesz policzyć to dokładnie na swoich danych? Diagnoza przychodu Skillmatic: 2 tygodnie, segmenty, obecni klienci i miejsce, w którym lejek gubi najwięcej pieniędzy.

zeskanuj, aby umówić