



Persoonlijke factoren en Sales succes

“Welke samenhang is er?”

Gerard Groenewegen
Mei 2009

06-55717189

novi
vendi

Marketing & Innovatie

Agenda

1. Inleiding
2. Opzet studie
3. Beoordeling van dit onderzoek
4. Bevindingen
5. Conclusie
6. Relevantie van dit onderzoek
7. Aanbeveling vervolgonderzoek
8. Q&A

Inleiding 1/2

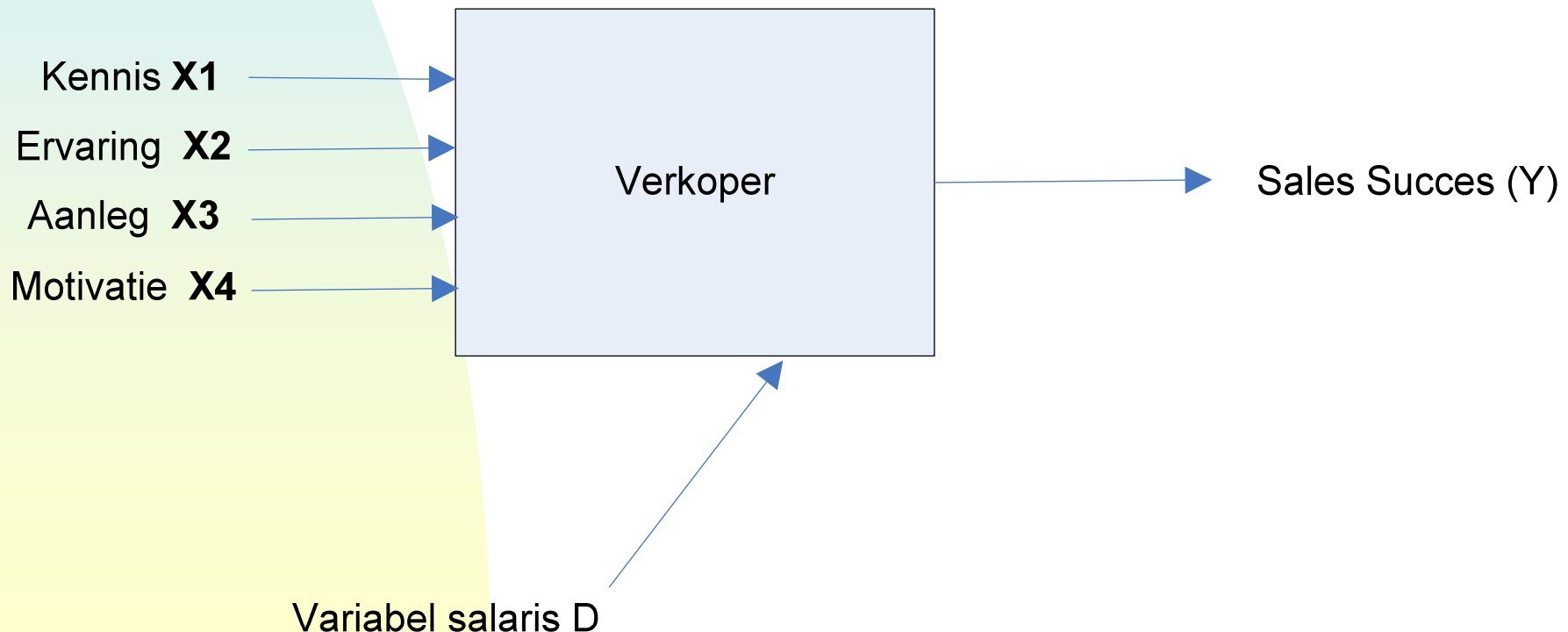
- Gerard Groenewegen nadere introductie:
 - ◆ Vanaf 1988 R&D, Ict, Sales & Marketing functies bij o.a. ICT Automatisering, IBM en Sogeti
 - ◆ Vanaf 1999 zzp-er
 - ◆ Richt zich op organisatie, innovatie en marketing verbetering binnen ICT, high-tech en Engineering branche:
 - ☞ Novi Vendi: Adviseur, trainer, coach en interimmer op gebied innovatie, marketing, sales, strategie en organisatie

Inleiding 2/2

- Opdracht voor het vak variantie- en correlatieanalyse om een afrondend onderzoek te doen.
- Gekozen is voor een meervoudige regressie analyse van persoonlijke factoren die sales succes beïnvloeden
- Waarom deze presentatie?
 - ◆ Iedere deelnemer aan de studie en verdere geïnteresseerden kunnen zo makkelijk inzicht krijgen in de resultaten.
 - ◆ Vergroten inzicht in persoonlijke factoren rond sales.
 - ◆ Ideeën te krijgen voor verbeteren van het eigen salessucces?

Opzet studie 1/2

- Vanuit theorie onderzoek en praktijk ervaring is een conceptueel model opgezet van persoonlijke factoren die mogelijk het sales succes beïnvloeden:



Opzet studie 2/2

- De samenhang die onderzocht wordt is:
$$Y = A + B1.X1 + \dots + B4.X4 + C1.D.X1 + \dots + C4.D.X4$$
- Middels inter-correlatie en regressie analyse wordt bepaald welke factoren B_n en C_n significant zijn, de overige worden geëlimineerd.
- Om dit te kunnen onderzoeken is een survey via het internet opgezet met 46 vragen waaronder:
 - ◆ 7 vragen aanleg (gunaspect, communicatie,..)
 - ◆ 7 vragen kennis (klanten, markt, concurrent, sales)
 - ◆ 7 vragen ervaring (diverse salestechnieken)
 - ◆ 7 vragen motivatie (plezier werk, waardering, salaris)
 - ◆ 12 vragen sales succes (halen doelen, omzet, ..)

Beoordeling van dit onderzoek

- Betrouwbaarheid (ook wel herhaalbaarheid)
 - ◆ Deze bleek redelijk goed. De Cronbach Alfa van de samengestelde variabelen bleek voor alle 5 variabelen >0.8 . Als dit onderzoek herhaald zou worden zouden er redelijk dezelfde uitkomsten gevonden moeten worden. Ceteris paribus.
- Geldigheid (interne validiteit)
 - ◆ Een survey als dit heeft als nadeel dat er veel 'participant bias' optreedt. De geldigheid per deelnemer is hierdoor iets minder, voor het gemiddelde is dit effect wat minder erg.
- Generaliseerbaarheid (externe validiteit)
 - ◆ Een internet survey heeft als nadeel dat er geen goede steekproef gedaan kan worden. Daarmee wordt de generaliseerbaarheid beperkt. Er kunnen slechts beperkt uit spraken gedaan worden over 'alle' sales.

Bevindingen 1/2

- Het aantal deelnemers: 80; Vrouw/man: 15% / 85%
- Leeftijd: Min: 20; Max: 59; Gem: 39 jaar
- Saleservaring: Min: 0,5 Max: 39 Gem:11 jaar
- Variabele beloning: Min: 0 Max: 100 Gem: 31%
- Antwoord op omzet halen bleek gemiddeld 7,8
- Gemiddelde scores samengestelde variabelen:
 - ◆ Kennis: Min: 6,8 Max 8,4 Gem: 7,6
 - ◆ Ervaring: Min: 6,5 Max: 8,0 Gem: 7,4
 - ◆ Aanleg: Min: 7,6 Max: 8,9 Gem: 8,2
 - ◆ Motivatie: Min: 6,7 Max: 8,7 Gem: 8,0
 - ◆ Succes: Min: 6,9 Max: 8,3 Gem: 7,6

Bevindingen 2/2

- Opvallend lage score van antwoorden (top 6)
 - ◆ Ervaring met maken accountplannen: 6,51
 - ◆ Tevreden met salaris: 6,78
 - ◆ Kennis van mijn concurrenten: 6,81
 - ◆ Maken voldoende afspraken: 6,88
 - ◆ Mijn sales pipeline is goed gevuld: 7,09
 - ◆ Kennis van acquisitie techniek: 7,15

- Opvallend hoge score van antwoorden (top 5)
 - ◆ Leuk vinden om resultaat te halen: 8,91
 - ◆ Leuk vinden om te communiceren: 8,84
 - ◆ Ik ben gemotiveerd: 8,70
 - ◆ Ik heb veel vrijheid: 8,50
 - ◆ Kennis eigen organisatie: 8,44

Conclusie

Uitkomst van de meervoudige regressie analyse:

- Alleen significant bleken B2 (factor bij ervaring) en B4 (factor bij motivatie) met een regressie coëfficiënt (R^2) van 0,56.
- Wat betekent de gevonden uitkomst nu precies?
- Salessucces wordt voor **56%** bepaald door de formule:

Salessucces = 18,33 + 0,62.Ervaring + 0,84. Motivatie

Relevantie van dit onderzoek

- Theoretische relevantie:
 - ◆ Dat er wel een samenhang is tussen persoonlijke factoren motivatie en ervaring met salessucces en niet tussen aanleg, kennis en variabel salaris.
 - ◆ Dat variabele beloning niet significant een rol speelt bij salessucces.
- Praktische relevantie:
 - ◆ Bij het minder goed presteren van sales is het verbeteren van de motivatie en het verhogen van de ervaring dus eerder aan te raden dan het opdoen van nieuwe kennis.
 - ◆ Kennis van concurrentie en acquisitie techniek kan hoger, evenals de ervaring met accountplannen

Aanbeveling vervolgonderzoek

- Het doen van een vervolgonderzoek met als doel het verhogen van de generaliseerbaarheid. Dit door specifiekere groepen sales en dit bij meer sales te onderzoeken. Bijvoorbeeld binnen 1 bedrijf of branche, en 250 sales i.p.v. 80.
- Het doen van een vervolgonderzoek met als doel het verhogen van de geldigheid van dit onderzoek door niet alleen de sales zelf maar ook mensen om hem/haar heen te betrekken bij het onderzoek. (klanten en collegae)
- Nader onderzoek naar de theorie en praktijk van variabele beloning van sales en de invloed daarvan op het succes van sales.

Literatuur

- Galjaard, H. (1994). *Alle mensen zijn ongelijk: De verschillen en overeenkomsten tussen mensen: hun erfelijke aanleg, gezondheid, gedrag en prestaties*. Rotterdam: Uitgeverij Balans.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work. *Organizational Behaviour and Human Performance*(16), 250-279.
- McCoy, T. J. (1992). *Compensation and motivation: maximizing employee performance*. New York: American Management Association.
- Torbert, W. R. (1972). *Learning from experience*. London: Columbia University press.
- Wicki, Y. (2003). *Knowledge and Turnover in Marketing*. St.Gallen, Bamberg.