

Hur jobbar säljare?

POPULÄRVETENSKAPLIG SAMMANFATTNING **Lisa Stenström, Olof Wahlgren**

Inom sälj antas säljare uppvisa olika beteenden beroende på vilken roll de har. Det visar sig dock att de flesta arbetar på ett mer enhetligt sätt än vad man kan tro.

Vi har analyserat över 3000 säljare utifrån hur de betar sig på Salesforce, en av världens största plattformar för Customer Relationship Management (CRM). Resultaten var överraskande. Så många som 60% av säljarna använde knappt Salesforce överhuvudtaget. 16% använde flera olika delar av systemet och verkar ha en ostrukturerad säljprocess. Vi fann ett fåtal grupper som innehöll säljare med avgränsad spetskompetens. Tillsammans utgjorde dessa specialistgrupper endast 24% av de undersökta säljarna. Det visade sig också att säljarnas titlar sällan avslöjade vad de faktiskt arbetade med.

Examensarbetet skrevs tillsammans med företaget Brisk. De utvecklar programvara, byggd på Salesforce, för att underlätta och effektivisera arbetsflödet för säljare i hela världen.

Det finns en mängd olika roller inom försäljning. Det slängs med olika högtravande titlar hejvilt, den ena mer imponerande än den andra. Vi ville ta reda på hur olika säljare faktiskt arbetar.

Våra efterforskningar tyder på att det finns ytterst få studier kring hur man använder beteendet på en CRM-plattform för att gruppera säljare. Därför kan vårt arbete visa på bra metoder, algoritmer, och visualiseringstekniker, men även andra viktiga tips och tricks för att gruppera säljare utifrån deras beteende i Salesforce. Framförallt kommer kunskapen om säljares beteende att kunna användas i Brisks verksamhet. En större kunskap om säljarna kommer att resultera i en bättre anpassning av företagets tjänster.

Arbetet genomfördes genom att omsorgsfullt analysera vilken data som var relevant för säljarnas beteende. Därefter användes denna data för att skilja de olika säljtyperna åt. Målet var att hitta grupper där de säljare som

ingår i samma grupp påminner om varandra, och skiljer sig från säljare i andra grupper. För att ge ett exempel: om en gruppering av ett fotbollslag hade utförts, hade anfallarnas och försvararnas beteenden förmodligen sett olika ut. Anfallarna hade förmodligen haft betydligt fler skott på mål än försvararna, som kanske hade lyckats med fler brytningar. En gruppering av dem, baserat på dessa beteenden, hade förhoppningsvis skiljt de två typerna åt.

I arbetet undersökte vi olika parametrar som karakteriserar beteende för säljpersonal i Salesforce. Dessa var inte alltid triviala utan fick skapas genom varsam analys av vad som karakteriserar en säljare. Vi manipulerade datan och använde sedan avancerade algoritmer för att dela upp de undersökta säljarna i relevanta grupper. För att säkerhetsställa att den slutgiltiga grupperingen var relevant, utvärderade vi våra resultat iterativt tillsammans med Brisk under hela arbetet. Vår slutgiltiga utvärdering visar att företaget anser att den funna grupperingen kommer att vara väldigt användbar för framtida produktutveckling.

