

Cílové skupiny zákazníků

Prodejní kanál služeb Office 365 si **rychle** vybudujete, když se zamyslíte, jak vaši zákazníci zapadají do čtyř nejdůležitějších scénářů prodeje. Tyto ověřené profily vám pomohou určit, s jakým typem zákazníka jednáte, abyste se mohli soustředit na dvě nebo tři nejdůležitější sdělení, která by měl zákazník slyšet. Po stanovení cílové skupiny můžete využít příručky pro telefonní prodej a další níže uvedené materiály, které vám pomohou předložit zákazníkovi vynikající nabídku.

Starý server

„V roce 2003 jsme tomuto zákazníkovi prodali server.“

Profil:

- Zákazník používá starý e-mailový server.
- Dělá mu starosti zabezpečení a náklady.
- Přijímá myšlenku přechodu do cloudu, ale nemá s ním zkušenosti.

Stávající výzvy:

- Rozhodnutí o upgradu jsou závislá na rozpočtu.
- Problémy se spolehlivostí a dostupností
- Přetížení zaměstnanci IT oddělení se nemohou věnovat úkolům se strategickou hodnotou.

Čeho si všimát:

- Zákazníci, kteří zakoupili systém Exchange Server 2007 nebo starší
- Zákazníci, u kterých se blíží potřeba upgradu serveru

Sondovací otázky:

- Představuje cena serverů překážku upgradu?
- Jak časté jsou výpadky e-mailu?
- Kolik času trávíte správou serverů?

Rostoucí potřeby

„Tento zákazník rozšiřuje svou působnost na novou pobočku – v jiném státě.“

Profil:

- Rychle rostoucí firma s několika pobočkami
- Omezené prostředky IT oddělení
- Velký stoupenec cloudu

Stávající výzvy:

- Snadné a rychlé poskytování nejnovějších funkcí
- Nedostatek moderních nástrojů pro spolupráci
- Omezený rozpočet na IT

Čeho si všimát:

- Zákazníci, kteří přidávají služby a servery v důsledku růstu firmy
- Zákazníci, kteří používají místní servery
- Zákazníci s místním řešením sjednocené komunikace nebo bez žádného takového řešení

Sondovací otázky:

- Kolik času trávíte správou nástrojů pro spolupráci?
- Je vaše stávající infrastruktura škálovatelná?
- Máte k dispozici nástroje pro spolupráci?

Hostovaný e-mail

„Tento zákazník v minulosti zakoupil Office, ale vím, že pro e-mail používá Gmail.“

Profil:

- Zákazník používá hostovaný nebo webový e-mail.
- Používá samoobslužné nástroje IT, dává přednost jednodušším řešením.
- Přijímá myšlenku přechodu do cloudu.

Stávající výzvy:

- Obavy o ochranu dat
- Problémy způsobené neplánovanými prostoji
- Frustrování uživatelé v důsledku velkého počtu nepropojených nástrojů s neznámým uživatelským rozhraním

Čeho si všimát:

- Vaši nejmenší zákazníci (s vysokým potenciálem přechodu do cloudu)
- Zákazníci, kteří si nekoupili e-mailový server
- Zákazníci, kteří používají více e-mailových řešení a/nebo nemají doménový e-mail

Sondovací otázky:

- Jak jsou chráněna vaše data?
- Jak spolehlivý je váš hostovaný e-mail?
- Jsou vaše nástroje pro spolupráci snadno použitelné?

Starý Office

„Tomuto zákazníkovi jsme prodali Office Standard 2003.“

Profil:

- Zákazník používá starší verze Office
- Zaujímá tradiční postoj k IT a provádí upgrady, jen když je to nutné.

Stávající výzvy:

- Rozhodnutí o upgradu jsou závislá na rozpočtu.
- Omezená podpora mobilních pracovníků
- Frustrování uživatelé v důsledku omezených funkcí

Čeho si všimát:

- Zákazníci, kteří používají Office 2003 nebo Office 2007
- Zákazníci, kteří stále ještě používají Windows XP

Sondovací otázky:

- Jaká je největší překážka pro upgrade klientských aplikací Office?
- Jak v současné době podporujete mobilní pracovníky?
- Máte k dispozici nástroje pro spolupráci?

Uplatnění prodejních argumentů

Příručky pro telefonní prodej plánů Office 365 Midsize Business a Small Business Premium

Příručky pro telefonní prodej jsou nejdůležitějšími materiály v kampani BEST, marketingové kampani pro Office 365 založené na myšlence Evergreen IT. Staví na výše popsaných čtyřech scénářích a poskytují zjednodušenou prodejní prezentaci plánů Office 365 Small Business Premium a Midsize Business zákazníkům ze sektoru malých a středních firem, včetně nejnovějších návodů, jak úspěšně konkurovat společnosti Google, zákaznických referencí a pokynů pro určování profilů zákazníků.

Bloky textu

Bloky textu založené na výše uvedených čtyřech scénářích můžete používat ve své webové, e-mailové a všeobecné marketingové komunikaci na podporu prodeje plánu Office 365 Midsize Business.

Prodejní materiály pro konkrétní odvětví

Pokud se zaměřujete na zákazníky z odvětví zdravotnictví, realit, odborných a právních služeb nebo stavebnictví, můžete využít kompletně připravené webové semináře a elektronické publikace pro zákazníky přizpůsobené těmto odvětvím.

Tyto materiály najdete na adrese <http://aka.ms/BEST>.