Win-loss analysis

perché le trattative si vincono o si perdono

Tre esiti, un racconto ricostruito, materiali corretti

1 Tre esiti da tenere separati

Vinte	Perse	Senza acquisto
cerca	**cerca**	**cerca**
che cosa ha reso la proposta convincente e approvabile	**quale fornitore è stato scelto e quali criteri hanno pesato**	**progetto rinviato, budget non approvato o soluzione interna**
una prova tecnica, una condizione dell'offerta, responsabilità chiare	nome del concorrente e voce «prezzo» nel CRM sono solo l'inizio	anche restare come prima può essere una scelta precisa

Trattative ancora aperte: a parte, finché non si chiudono

L'intervista la fa chi non ha seguito la vendita

ascolta per capire, senza difendere il preventivo né riaprire la trattativa; parla con chi ha partecipato davvero alla scelta

2 Dietro «prezzo» nel CRM può esserci altro

Nel CRM

perso per **«prezzo»**

→

Il racconto del cliente

non capiva chi avrebbe seguito l'avviamento e quali spese restassero fuori dalla fornitura

Tre domande su «troppo caro»

Momento	Confronto	Conseguenza
«Quando avete iniziato a considerare il prezzo troppo alto?»	«Rispetto a quale alternativa, e con quali attività comprese?»	«Che cosa è successo dopo quel confronto?»

→ →

- **un prezzo fuori budget**
- **un confronto fra offerte diverse**
- **un costo difficile da giustificare internamente**

A volte il prezzo è davvero il motivo

le tre domande servono anche a riconoscerlo

3 Stesso insieme, denominatori diversi

Numeri d'esempio: 50 trattative chiuse, nessuna aperta

20 vinte	20 perse	10 senza acquisto

1:1	50%	40%	20%
rapporto vinte/perse	vittorie fra i casi con un fornitore scelto	vittorie su tutti i casi chiusi	casi chiusi senza acquisto
20 ÷ 20	20 ÷ (20 + 20)	20 ÷ 50	10 ÷ 50

Dichiara sempre il denominatore

nessuna soglia universale; se le perse sono zero, il rapporto vinte/perse non è calcolabile

Ogni ostacolo diventa una modifica precisa

Emerge	Modifica	Verifica
il cliente ha confrontato il tuo totale con un'offerta che rinviava il collaudo a parte	nel preventivo voci incluse, escluse e da quotare a parte, con collaudo e avviamento	il nuovo cliente riconosce che cosa comprende il totale?

→ →

Una voce del preventivo, una FAQ, una scheda di prova

o una pagina del servizio: dove il cliente cerca la risposta

Fonte: esempi e numeri d'esempio dell'articolo

KLC www.klc.it

Fonte: KLC · Win-loss analysis: perché perdi i preventivi e che cosa cambiare
https://www.klc.it/blog/strategia/win-loss-analysis-capire-perche-le-trattative-si/