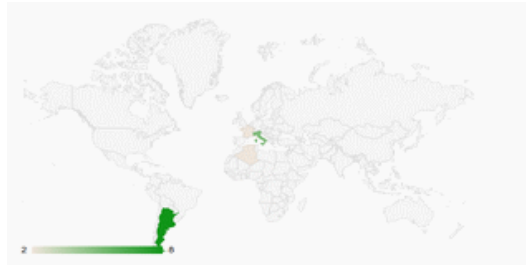


KLANT : demo-scalia

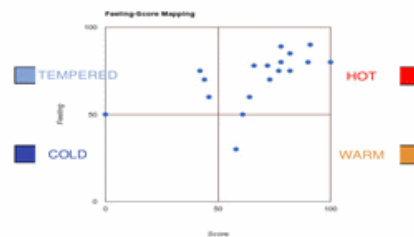
HANDELSBEURS : show demo vanuit 2014-01-15 tot 2014-05-04

Het verslag Prospectik van de prospectie gerealiseerd door het klant Bedrijf tijdens deze handelsbeurs werd opgericht in 3 delen;

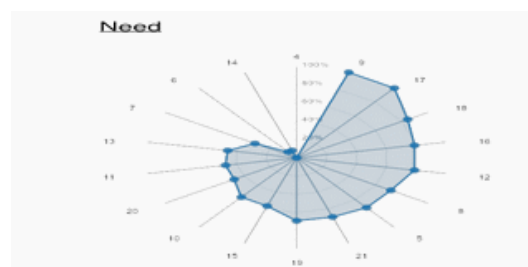
Een globale aanpak die het mogelijk maakt om een cartografie van de ontmoeting met prospects, evenals een simplistische visie op het soort personen ontmoet en de stroom van de prospectie in de handelsbeurs.



Een "mapping" van prospectie die het mogelijk maakt om, in één oogopslag, de meest interessante en de meest geïnteresseerde prospects te visualiseren.



Een aanpak per cluster die het mogelijk maakt om de belangrijkste troeven van de prospects ontmoet

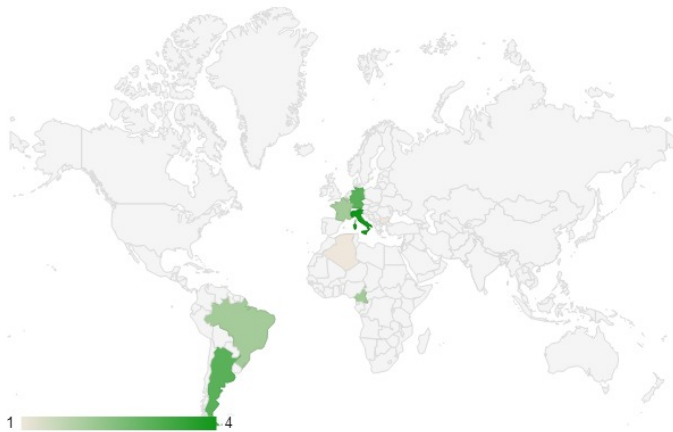


OVERZICHT VAN DE PROSPECTIE

In deze sectie kunt u de meeste ontmoet geografische gebieden en industrieën identificeren.

Ze biedt u ook een zicht op de stroom van de prospectie in de handelsbeurs.

Het geografische aspect

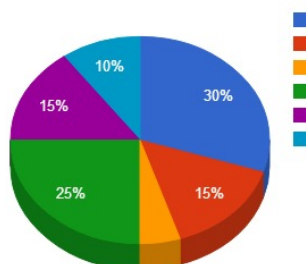


De prospects ontmoet gedurende de handelsbeurs komen uit 9 verschillende landen.

De top 3 van deze landen is de volgende:

- IT (4)
- DE (3)
- AR (3)

Het aspect 'activiteitssectoren'

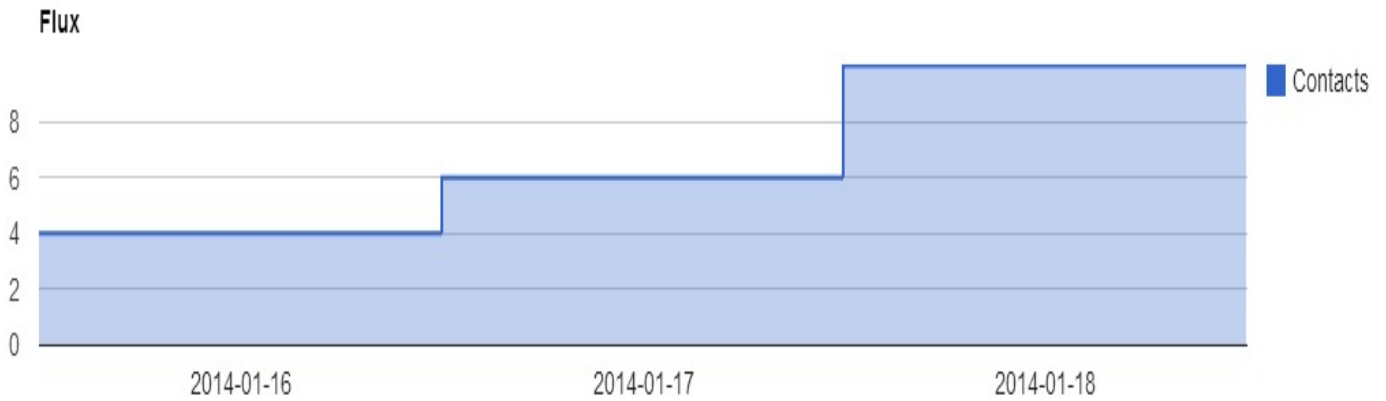


De prospects ontmoet gedurende een handelsbeurs komen uit 6 verschillende sectoren.

De top 3 van deze sectoren is de volgende:

- Regional distributor (6)
- Importer (5)
- Agent (3)

Het aspect 'activiteitensectoren'



Deze grafiek toont de toestroom van de prospects in de handelsbeurs.

Een gedetailleerde lijst van alle landen en de prospects ontmoet kan worden verkregen door het uitvoeren van alle data van de prospectie.

DE MAPPING VAN DE PROSPECTIE

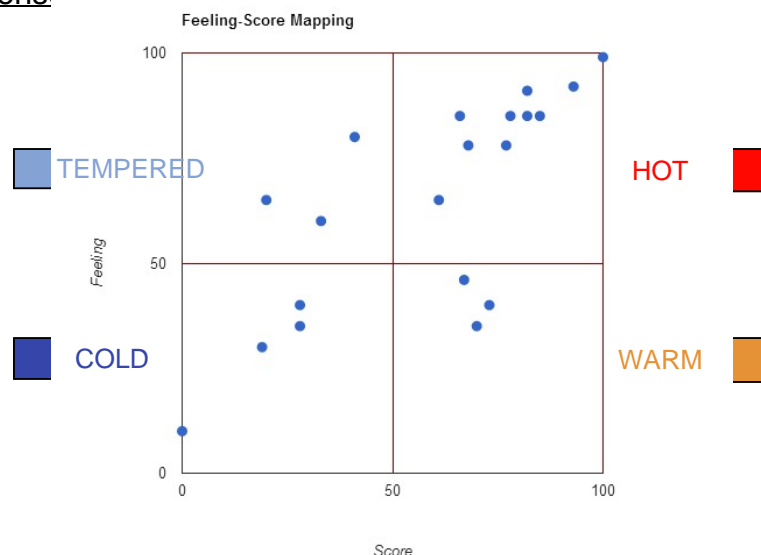
In deze sectie kunt u in een oogopslag de meest nuttige prospects zien, dat wil zeggen diegene die, volgens onze wiskundig model, de meest interessante en het meest geïnteresseerd zijn.

Het nut score van elke prospect wordt verkregen volgens een zogenaamde multi-criteria methode (ontwikkeld door ons), en op basis van relevante criteria vastgesteld door een panel van deskundigen.

Het is belangrijk op te merken dat onze wiskundige model is een instrument voor de ondersteuning van de besluitvorming, dat de beslissing van de commerciële komen ondersteunen en niet vervangen.

Dat is de reden waarom de mapping van de prospects ook rekening houden met het "gevoel" van commerciële voelde tijdens de vergadering. Het is de combinatie van beide scores, namelijk het commercieel gevoel en de wiskundige nuttigheid, die de meest coherente mapping bezorgt.

Het aspect activiteiten:



Nota: de grafiek geeft de positionering van de prospects ontmoet tijdens de handelsbeurs; gebaseerd op, aan de ene kant de "Prospectik index" berekend, en ten tweede, de "commerciële gevoel" gevoeld op de vergadering.

INTERPRETATIE

Op basis van de verkregen scores kunnen we de grafiek interpreteren op de volgende wijze:

- De categorie **HOT**, die ligt in de rechstboven wijzerplaat, bevats de meest interessante en meest geïnteresseerde prospects.

Deze is de belangrijkste interessezone voor de optimalisatie van de commerciële opvolging.

- De categorie **WARM**, die ligt in de rechstonder wijzerplaat, bevats de meeste geïnteresseerde prospects volgens het model, maar voor wie de commerciële feeling is niet de meest enthousiaste.

Deze is een zo interessante zone als de zone HOT, maar voor welke moet er het feeling gevoeld tijdens de vergadering ontleed wordt; omdat het lager verschjnt dan het gemiddelde.

- De categorie **TEMPERED**, die ligt in linksboven wijzerplaat, bevats de prospects voor wie commercieële feeling de hoogste is maar de Prospectik index lager is dan het gemiddelde.

Deze is een zone die veel ruimte voor de persoonlijke mening/gevoel laat. Als er veel potentiële klanten in deze zone zijn, moet het gewicht van de criteria in het model vereist een ad-hoc instelling.

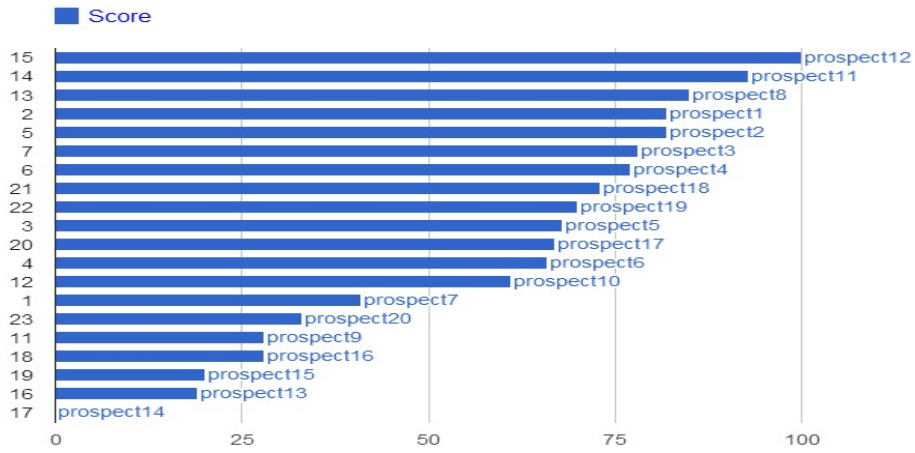
- De categorie **COLD**, die ligt in de linksonder wijzeplaat, bevats de minst interessante prospecten; en dit, zowel op het niveau van de Prospectik index als op het niveau van het commerciële gevoel.

Deze is de minst belangrijke zone in termen van commerciële opvolging.

SAMENVATTING VAN SCORES

Kortom, rekening houdend met de scores van zowel de commerciële gevoel als de Prospectik index, wordt de rangschikking van de prospects ontmoet op de handelsbeurs vastgesteld als volgt:

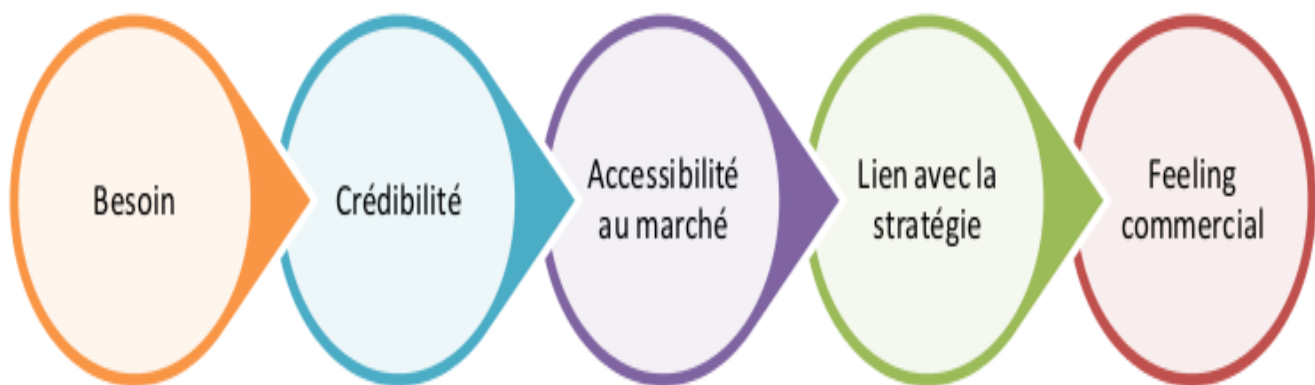
Rang	Id	Maatschappij	Prospectik Ind.	Feeling	
1	15	prospect12	100	99	HOT
2	14	prospect11	93	92	HOT
3	13	prospect8	85	85	HOT
4	2	prospect1	82	91	HOT
5	5	prospect2	82	85	HOT
6	7	prospect3	78	85	HOT
7	6	prospect4	77	78	HOT
8	21	prospect18	73	40	WARM
9	22	prospect19	70	35	WARM
10	3	prospect5	68	78	HOT
11	20	prospect17	67	46	WARM
12	4	prospect6	66	85	HOT
13	12	prospect10	61	65	HOT
14	1	prospect7	41	80	TEMPERED
15	23	prospect20	33	60	TEMPERED
16	11	prospect9	28	40	
17	18	prospect16	28	35	
18	19	prospect15	20	65	TEMPERED
19	16	prospect13	19	30	
20	17	prospect14	0	10	



ANALYSE PER CLUSTER

In deze sectie kunt u in een oogopslag de balans zien tussen de scores van elke prospect ontmoet in relatie tot de verschillende "clusters" die we gedefinieerd hebben.

Ter herinnering, om de score van elke prospect beter te begrijpen, hebben we de selectiecriteria gegroepeerd in vijf verschillende groepen:

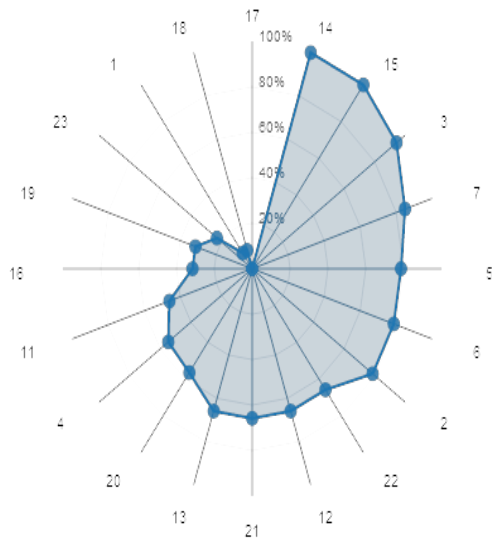


Elk van deze clusters bestaat uit scores voor een aantal specifieke vragen (in totaal 9 genoteerd op het on-line prospect formulier).

De score voor elke prospect (in deze clusters) wordt vervolgens vergeleken met de maximaal mogelijke score voor elk van de clusters; die de volgende verschillende rangschikkingen geeft:

De grafieken geven de score verkregen door elke prospect voor het cluster in kwestie (het is in feit een verzameling van verschillende criteria in de cluster). Hoe hoger de score dicht ligt bij het centrum van de cirkel, hoe dichter is het van de verwachtingen van het cluster; en op gevolg hoe hoger is het in de rangschikking.

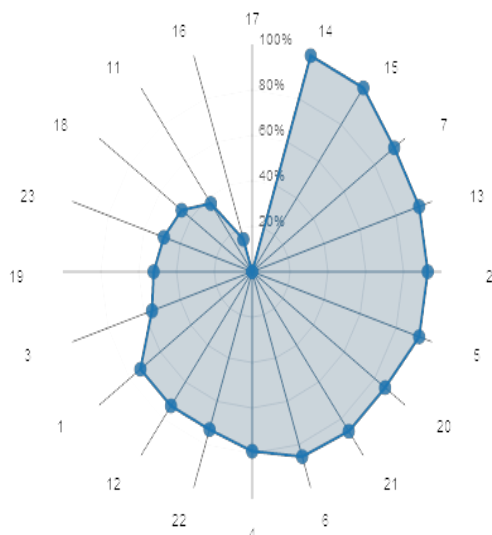
Behoefte



Lijst vand de geselectioneerde contactpersonen:

- 14 (prospect11) - 100 %
- 15 (prospect12) - 100 %
- 3 (prospect5) - 94 %
- 7 (prospect3) - 85 %
- 5 (prospect2) - 79 %
- 6 (prospect4) - 79 %
- 2 (prospect1) - 79 %
- 22 (prospect19) - 66 %
- 12 (prospect10) - 66 %
- 21 (prospect18) - 66 %
- 13 (prospect8) - 66 %
- 20 (prospect17) - 57 %
- 4 (prospect6) - 55 %
- 11 (prospect9) - 46 %
- 16 (prospect13) - 32 %
- 19 (prospect15) - 32 %
- 23 (prospect20) - 23 %
- 1 (prospect7) - 9 %
- 18 (prospect16) - 9 %
- 17 (prospect14) - 0 %

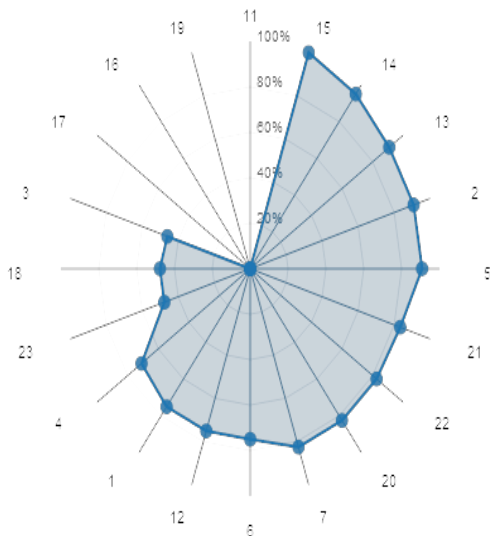
Geloofwaardigheid van de prospect



Lijst vand de geselectioneerde contactpersonen:

- 14 (prospect11) - 100 %
- 15 (prospect12) - 100 %
- 7 (prospect3) - 93 %
- 13 (prospect8) - 93 %
- 2 (prospect1) - 93 %
- 5 (prospect2) - 93 %
- 20 (prospect17) - 87 %
- 21 (prospect18) - 87 %
- 6 (prospect4) - 86 %
- 4 (prospect6) - 79 %
- 22 (prospect19) - 73 %
- 12 (prospect10) - 73 %
- 1 (prospect7) - 73 %
- 3 (prospect5) - 56 %
- 19 (prospect15) - 52 %
- 23 (prospect20) - 49 %
- 18 (prospect16) - 46 %
- 11 (prospect9) - 37 %
- 16 (prospect13) - 15 %
- 17 (prospect14) - 0 %

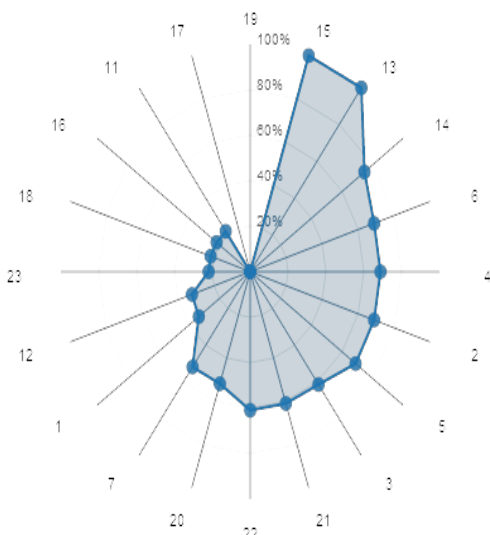
Toegankelijkheid van de prospectsmarkt



Lijst vand de geselectioneerde contactpersonen:

- 15 (prospect12) - 100 %
- 14 (prospect11) - 95 %
- 13 (prospect8) - 91 %
- 2 (prospect1) - 91 %
- 5 (prospect2) - 91 %
- 21 (prospect18) - 83 %
- 22 (prospect19) - 83 %
- 20 (prospect17) - 83 %
- 7 (prospect3) - 83 %
- 6 (prospect4) - 75 %
- 12 (prospect10) - 75 %
- 1 (prospect7) - 75 %
- 4 (prospect6) - 71 %
- 23 (prospect20) - 48 %
- 18 (prospect16) - 48 %
- 3 (prospect5) - 46 %
- 17 (prospect14) - 0 %
- 16 (prospect13) - 0 %
- 19 (prospect15) - 0 %
- 11 (prospect9) - 0 %

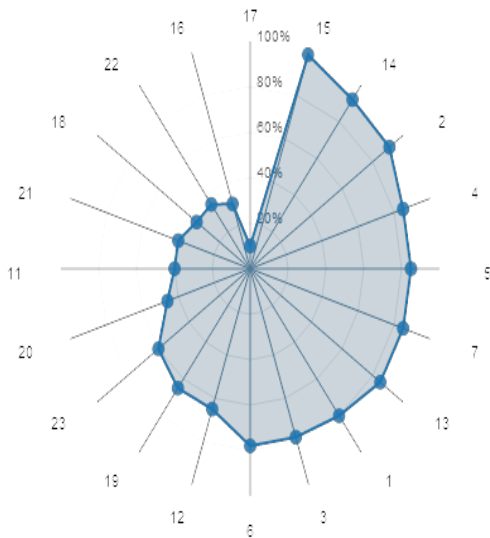
Link met de exposantenstrategie



Lijst vand de geselectioneerde contactpersonen:

- 15 (prospect12) - 100 %
- 13 (prospect8) - 100 %
- 14 (prospect11) - 75 %
- 6 (prospect4) - 69 %
- 4 (prospect6) - 69 %
- 2 (prospect1) - 69 %
- 5 (prospect2) - 69 %
- 3 (prospect5) - 61 %
- 21 (prospect18) - 61 %
- 22 (prospect19) - 61 %
- 20 (prospect17) - 52 %
- 7 (prospect3) - 52 %
- 1 (prospect7) - 34 %
- 12 (prospect10) - 32 %
- 23 (prospect20) - 22 %
- 18 (prospect16) - 22 %
- 16 (prospect13) - 22 %
- 11 (prospect9) - 22 %
- 17 (prospect14) - 0 %
- 19 (prospect15) - 0 %

Feeling



Lijst vand de geselectioneerde contactpersonen:

- 15 (prospect12) - 99 %
- 14 (prospect11) - 92 %
- 2 (prospect1) - 91 %
- 4 (prospect6) - 85 %
- 5 (prospect2) - 85 %
- 7 (prospect3) - 85 %
- 13 (prospect8) - 85 %
- 1 (prospect7) - 80 %
- 3 (prospect5) - 78 %
- 6 (prospect4) - 78 %
- 12 (prospect10) - 65 %
- 19 (prospect15) - 65 %
- 23 (prospect20) - 60 %
- 20 (prospect17) - 46 %
- 11 (prospect9) - 40 %
- 21 (prospect18) - 40 %
- 18 (prospect16) - 35 %
- 22 (prospect19) - 35 %
- 16 (prospect13) - 30 %
- 17 (prospect14) - 10 %

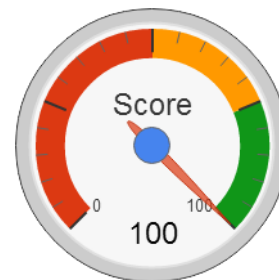
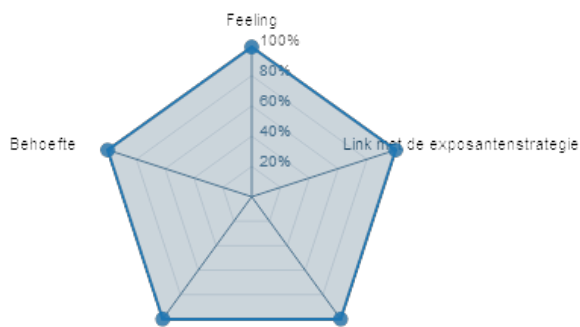
ANALYSE PER CLUSTER HOT EN WARM

In deze sectie kunt u de individuele score van elke prospect met elkaar vergelijken, niet alleen door de Prospectik index, maar ook door middel van een globale visie van alle clusters.

Deze vergelijking maakt het mogelijk om de rangschikking van de prospects ontmoet gedurende een handelsbeurs beter te begrijpen en vooral beter te interpreteren.

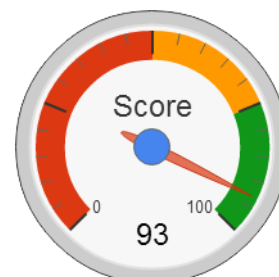
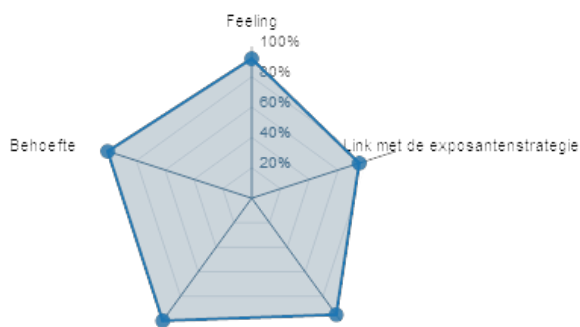
Hieronder vindt u de analyse van de Top 10 van de ontmoet prospecten.

prospect14



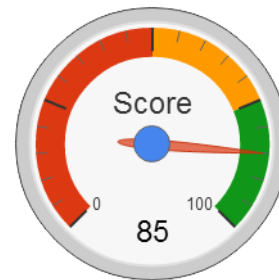
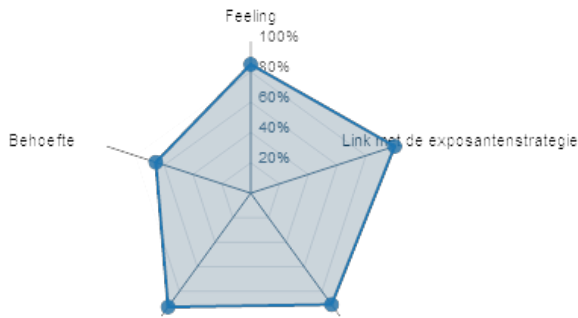
Geloofwaardigheid van de prospecten
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect16



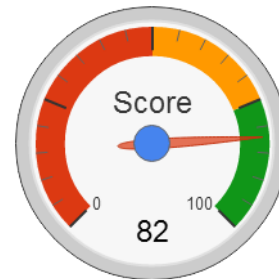
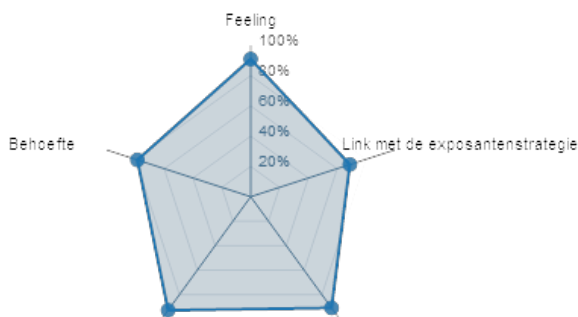
Geloofwaardigheid van de prospecten
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect7



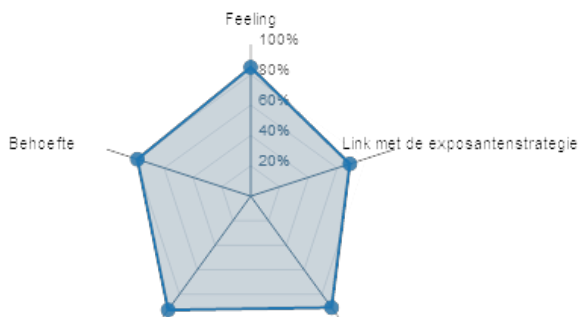
Geloofwaardigheid van de prospecten
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect20



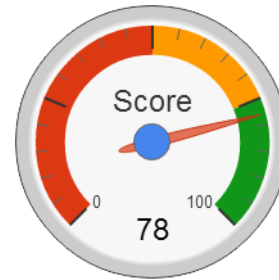
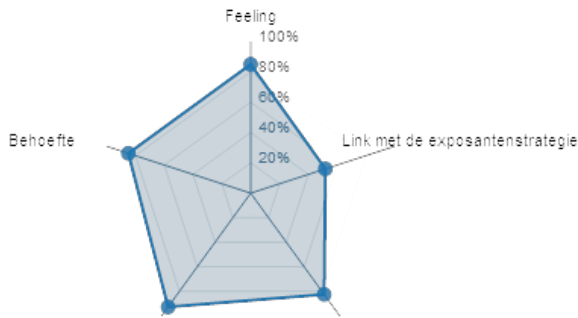
Geloofwaardigheid van de prospecten
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect15



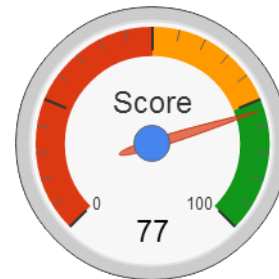
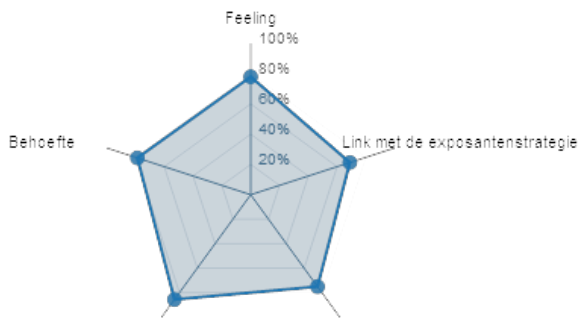
Geloofwaardigheid van de prospecten
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect13



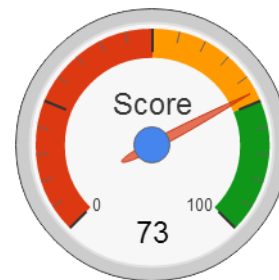
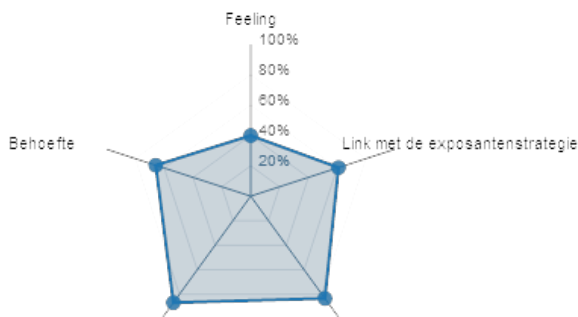
Geloofwaardigheid van de prospectie
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect9



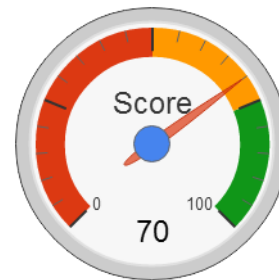
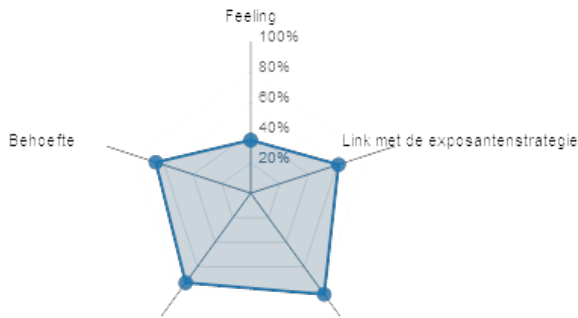
Geloofwaardigheid van de prospectie
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect6



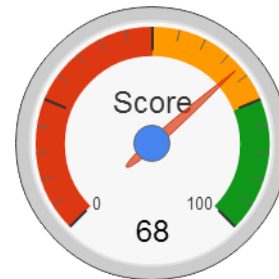
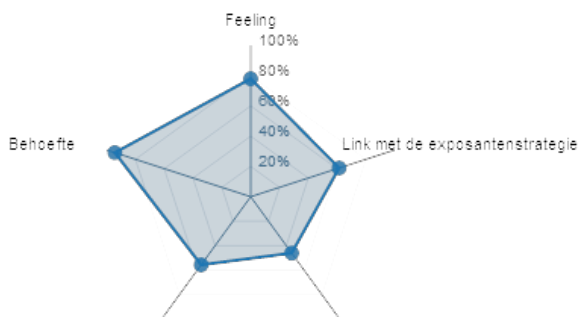
Geloofwaardigheid van de prospectie
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect17



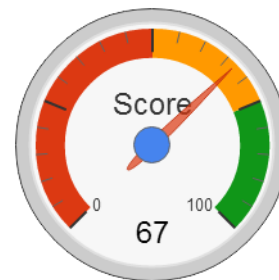
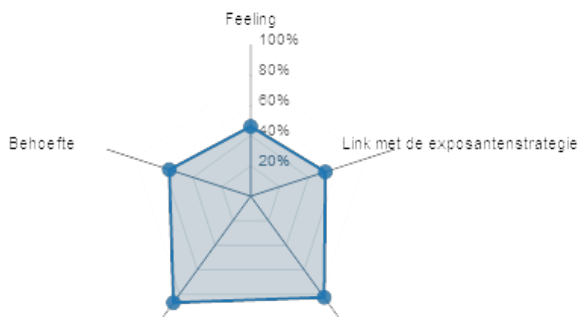
Geloofwaardigheid van de prospectie
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect8



Geloofwaardigheid van de prospectie
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt

prospect18



Geloofwaardigheid van de prospectie
Bereikbaarheid van de prospectsmarkt