

Key Account Management Salg & Kommunikasjon

7% prosent av selgerne står for 80% av salget. Det er bare de som behersker alle ferdighetene som lykkes.



Programmet KAM – Salg & Kommunikasjon går over 4 dager med 2 dager pr. måned. Effektiv blanding av teoripåfyll, coaching og praktisk trening. Både teori og trening kan tilpasses spesielle behov for de som har mentorprogram, hvor vi sammen utvikler din kompetanse på det/de mest aktuelle områder i salgsarbeidet. All trening er basert på dine egne produkter og egne kundecases. Bestselgeren er hjertet i ethvert firma. Uten dyktige salgs- og servicemedarbeidere dør organisasjonen. Effektive selgere og gode servicemedarbeidere er avgjørende for bunnlinja.

Du må finne din egen stil. Ingen blir gode selgere ved å kopiere andre. Du må legge noe til. Å stille seg selv spørsmål er en god metode for forbedring. Du må tillate deg selv å prøve, feile og lykkes. Det er mer effektivt enn å få svaret servert på et fat. Hvorfor? Fordi spørsmål gir oppdagelser mens svar gir opplevelser. Hva er forskjellen?

Atferds-stilen bestemmer innkjøpsstilen. Innkjøpsstilen avgjør hvordan du best kommuniserer med den enkelte kunde gjennom 24 ferdigheter.

Salgets grunnlov

- § 1: Kunder er redde
- § 2: Du skal behandle kunden som du selv ønsker å bli behandlet
- § 3: Sett aldri kunden i forlegenhet
- § 4: Hold fokus
- § 5: Du skal dekke kundens behov
- § 6: Kundens behov vil variere
- § 7: Gjør det lett for kunden å kjøpe
- § 8: Gjør det enkelt å kjøpe
- § 9: For at dine kunder skal trives, må DU trives
- § 10: Dyrk den gode følelsen



**HJERTET I ETHVERT FIRMA ER
BESTSELGEREN - UTEN DYKTIGE SALGSFOLK
DØR ORGANISASJONEN.**

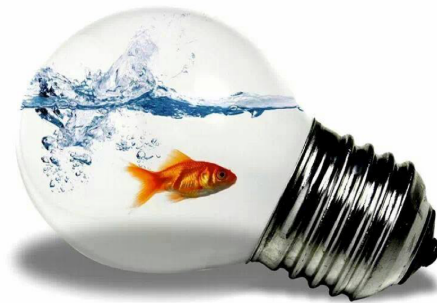
6 faser med 24 ferdigheter

6 salgsfaser og 24 salgs- ferdigheter (se ferdighetsgrafene). Kurset fordeles opp med 2 dager pr. måned. Salgsfasene følger etter hverandre i tid. En og samme salgsferdighet kan du trenge i flere av salgsfasene.

Våre godkjente fagmessige kursinnhold innen "Bestselgeren" er din personlige Biblioterapi, som er en terapiform som du får når du leser. Lesing mellom kundebesøkene gjør deg bedre. Forskning på selvhjelpsbøker om tanker og følelser viser at terapeuter som foreskriver bøker til sine pasienter, oppnår bedre resultater enn de terapeutene som ikke gjør det.

86 prosent av pasientene rapporterte bedring når de leste selvhjelpsbøker mellom konsultasjonene. Når du leser, vil du oppleve at du fungerer bedre i jobben din. Hvorfor? Jo, fordi kjøp og salg er følelser. Både du og dine kunder føler slik de tenker. Kunnskap endrer din tenkemåte. Og derved endrer du måten du føler på. Når du føler for salg, smittes kunden av lysten til å kjøpe.

Vi har utviklet en modell som hjelper deg til å forstå salgsprosessen. Bruk den til å holde oversikt over hvor kunden er til en- hver tid (tilpasses dine produkter, tjenester eller konsepter) og som hjelp til hvilke ferdigheter du skal bruke. Kunder er ulike og følger sine egne veier, din jobb er derfor å føre dem riktig retning. Det er stor forskjell på å ekspedere en forbruker som har bestemt seg for en vare han/hun vil kjøpe, enn å drive oppsøkende relasjonsbyggende salg og omtalesalg (Internett & sosiale media) av tjenester mot et marked med uklare behov.



Modell som virker

Vi har utviklet en modell som hjelper deg til å forstå salgsprosessen. Bruk den til å holde oversikt over hvor kunden er til en- hver tid (tilpasses dine produkter, tjenester eller konsepter) og som hjelp til hvilke ferdigheter du skal bruke. Kunder er ulike og følger sine egne veier, din jobb er derfor å føre dem riktig retning. Det er stor forskjell på å ekspedere en forbruker som har bestemt seg for en vare han/hun vil kjøpe, enn å drive oppsøkende relasjonsbyggende salg og omtalesalg (Internett & sosiale media) av tjenester mot et marked med uklare behov.

En bestselger har skjønnet at salg er en troverdighet, blanding av kommunikasjon, følelser og teknikk.



Når du blir “Bestselger- en”, vil du oppleve at du fungerer bedre i jobben din. Hvorfor? Jo, fordi kjøp og salg er følelse. Kunnskap vi lærer deg vil endre din tenkemåte, og derved endrer du måten du føler på og handler på. Når du føler for salg, omtale og markedsføring, smittes kunden av lysten til å kjøpe.

Uansett om du er en del av en gruppe (firma eller avdeling) eller alene, må du finne din egen stil.

Dette Business Coach programmet er for deg som..

- ønsker personlig suksess
- ønsker å sikre deg personlige suksess for å komme videre i karrieren?
- ønsker å selge med suksess for å maksimere salget?
- ønsker å maksimere effektiviteten for å selge dine produkter eller tjenester raskt?
- ønsker å lære å lede deg selv før du leder andre.
- ønsker å få grunnleggende innføring i atferdspsykologi og kommunikasjon”.
- ønsker å få kjennskap til i «Prestasjonsledelse»
- ønsker å bli sertifisert som kurstrener i tillegg til å praktisere dette med egne eller dine selgere.
- Viktig å ha med på CV

PROGRAM

PLANLEGGING

1. Salgsstrategi

Hensikt: Å finne kunden kostnadseffektivt.

Grunnleggende suksessfaktorer: «Latskap» satt i system dvs. at du selger med størst mulig fortjeneste med minst mulig forbruk av tid, krefter og penger.

Suksesskriterier: Du vet at du har planlagt godt når du har gjort jobben riktig første gang.

2. VAK Analyse

Hensikt: At du raskt og effektivt kommuniserer med dine ulike kunder på deres premisser.

Grunnleggende suksessfaktor: Evnen til å spille på ulike sansepreferanser.

Suksesskriterier: Du er troverdig når kropp og ord kommuniserer det samme.

3. Markedskommunikasjon

Hensikt: Å selge dine produkter.

Grunnleggende suksessfaktor: Responsrate.

Suksesskriterier: Når kunden gjør som du ber han/henne om, vet du at din og bedriftens markedskommunikasjonen fungerer.

4. Booke møte

Hensikt: Å avtale et møte

Grunnleggende suksessfaktor: Antall møteavtaler. Hvordan er din evne til å få kunden til å avtale et konkret tidspunkt og sted for en salgssamtale?

Suksesskriterier: Hitrater på > 80%

BEHOV

5. Skape kontakt

Hensikt: Å vekke oppmerksomhet og interesse. Samtidig som du bygger tillit.

Grunnleggende suksessfaktor: Å være tilstede.

Suksesskriterier: Din samtalepartner ser på deg, lytter og følger dine bevegelser.

6. Møteledelse

Hensikt: Å få kunden til å åpne seg, fortelle om sine behov og dermed komme et steg videre i salgsprosessen.

Grunnleggende suksessfaktor: Å få kunden til å føle seg vel ved å se kundens ulike synspunkter, lytte til kundens uttalte ønsker og fange opp kundens uttalte behov.

Suksesskriterier: Når kunden blir aktiv og begynner å snakke om temaer du ikke har berørt.

7. Kartlegge behov/lytte

Hensikt: Å klargjøre situasjonen og å komme til felles enighet om utfordringen.

Grunnleggende suksessfaktor: Kundetilfredshet.

Suksesskriterier: Oppriktig interesse i kundens liv.



BESTSELGEREN ER MOTIVERT

Bestselgeren er motivert. De beste selgerne lar seg motivere mer av indre motivasjonsfaktorer.

I en undersøkelse definerte man eliteselgeren som en som hadde fire ganger så høy omsetning som en gjennomsnittsselger. Toppselgeren, som selger to ganger så mye som snittet, kjennes tegnes ved flere kundebesøk og at de brukte rabatter for å selge kvantum.

Eliteselgeren derimot kjennetegnes av at:

- 1) de hadde en serviceorientert organisasjon rundt seg
- 2) de var flinkere til å behandle innvendinger på pris
- 3) kundene skaffet dem nye kunder
- 4) de anbefalte konkurrenten når denne var bedre

LØSNING

9. Argumentere

Hensikt: Å overbevise kunden om at din løsning er den beste.

Grunnleggende suksessfaktor: Lønnsomhet.

Suksesskriterier: Avanse.

10. Presentasjon

Hensikt: Å få kunden til å ta eierskap til produktet – og like det. Du skal vise kunden at ditt produkt tilfredsstiller hans/hennes ønsker, krav og behov.

Grunnleggende suksessfaktorer: Presenter det kunden er opptatt av.

Suksesskriterier: Kunden ser seg selv bruke produktet, snakker om hvordan de vil være å eie det og prøver det som om det var sitt.

11. Pris og rabatt

Hensikt: Å oppnå størst mulig fortjenestemargin.

Grunnleggende suksessfaktor: Vent med pris og rabattspørsmål til lyst på produktet er maksimal.

Suksesskriterier: Lav rabatt eller stort salgspotensial.

12. Innvendinger

Hensikt: Å forankre beslutningen om kjøp.

Grunnleggende suksessfaktor: Å skille mellom ekte og falske innvendinger.

Suksesskriterier: Du kurerer kundens bekymringer.

TILBUD

13. Kjøpssignaler

Hensikt: Å legge til rette forkjøp ved å innfri kundens forventninger.

Grunnleggende suksessfaktor: Forvent kjøp.

Suksesskriterier: Kjøpssignalene blir gjentatte og tydeligere.

14. Kjøpsprosessen

Hensikt: Å lede kunden til kjøp.

Grunnleggende suksessfaktor: Gjør det lett å kjøpe av deg.

Suksesskriterier: Kunden slapper av.

15. Utforming

Hensikt: Å utforme et tilbud som gjør at kunden kjøper av deg.

Grunnleggende suksessfaktor: Kjøpsfrekvens.

Suksesskriterier: Kunden slår til på tilbudet ditt, og du vet at du har laget et godt nok tilbud.

16. Stressmestring

Hensikt: Å håndtere både kundens og ditt eget negative stress.

Grunnleggende suksessfaktor: Kunnskap om stress og stressreaksjoner, samt kompetanse i stressmestring.

Suksesskriterier: Du holder deg i flytsonen.

AVSLUTNING

17. Lukke salget

Hensikt: Å få ordren slik at du og ditt firma tjener penger.

Grunnleggende suksessfaktor: Troverdighet.

Suksesskriterier: Kunden sier ja til kjøp.

18. Unngå utsettelse

Hensikt: Å lukke salget raskest mulig slik at likviditeten blir god.

Grunnleggende suksessfaktor: Kunden kjøper nå.

Suksesskriterier: Beslutningsdyktighet.

19. EQ

Hensikt: Å være tilstrekkelig sensitiv for kundens signaler samtidig som du håndterer avvisning.

Grunnleggende suksessfaktor: La kundene beholde sin selvrespekt uten å føle seg dum, forlegen eller krenket.

Suksesskriterier: Du vet at du håndterer dine følelser når du møter en provoserende ubehagelig kunde med trygghet, ro og saklig imøtekommenhet.

20. Forhandlinger

Hensikt: Å gjøre kunden fornøyd til minst mulig kostnad.

Grunnleggende suksessfaktor: Evne til interesseavveining og tilpasning til kundens atferd.

Suksesskriterier: Kunden tar en beslutning.

OPPFØLGNING

21. Servicekvalitet

Hensikt: At kunden skal bli fornøyd, slik at han/hun kjøper, kjøper igjen og anbefale deg til andre.

Grunnleggende suksessfaktor: Kunden kommer tilbake

Suksesskriterier: Å ta vare på kundens interesse mellom anskaffelsesperiodene

22. Påfølgende salg

Hensikt: At kunden velger å kjøpe mer av deg – enten der og da eller at han/hun kommer igjen.

Suksesskriterier: Du tjener mer for mindre arbeidsinnsats.

Suksess: Du vet at du har lyktes når kunden kjøper mer enn han/hun kom for eller oppsøker deg neste gang.

23. Kundepleie

Hensikt: Å sikre deg at kunden er fornøyd med kjøpet og kommer tilbake for service og påfølgende kjøp.

Grunnleggende suksessfaktor: Troverdighet

Suksesskriterier: Kunden kommer tilbake og spør etter deg.

24. Klagehåndtering

Hensikt: Å få kunden til å oppleve hele klageprosessen som god. Målet er at misfornøyde kunder klager til deg, i stedet for til venner og bekjente. Da kan dere sammen finne en løsning dere begge kan leve med.

Grunnleggende suksessfaktor: Begynn der kunden er. La kundene beholde sin selvrespekt uten å føle seg dum, forlegen eller krenket.

Suksesskriterier: Oppriktig interesse i kundens synspunkt

Fagansvarlige



KAY ELLINGSEN

Med en kundemasse på 20.000 personer i 1.200 bedrifter er Kay Ellingsen en av de mest erfarne "utviklere" i Skandinavia innen; Atferdspsykologi og organisasjonsutvikling. Forfatter av fagbøker innen salg, service og prestasjonsledelse.

Bok 1. Bestselgerens 24 ferdigheter - Bok 2. Bestselgerens kommunikasjon
Bok 3. Prestasjonsledelse av Bestselgeren - Bok 4. Bestselgerens verktøykasse

Hypnoterapeut og NLP Master Practitioner – 4 årig utviklingsprogram med ferdighetstrening med utvikling av 1.800 personer over 5 år. Ref.; Norges Beste Rekrutterer/Fafo forskning. Har utarbeidet atferdsanalyser innen: Realasjonsanalyse, Teamanalyse og Leder stiler.

Pris, sted & kontaktinformasjon

Pris: 11 500,-
(delbetaling hvis ønskelig)

Sted:
Oslo, Bergen, Stavanger, Trondheim og Tromsø

Kontaktinformasjon:
Kay Ellingsen
+47 917 21 000
kay.elling@gmail.com

