

Säljspecialistutbildningar

Dag 2

Oktober 2016 | Anders Fischer

FESTOOL

Vad kan du berätta?

Inledning av dag 2

FESTOOL

PA



Gruppövning

- Din uppgift är att berätta för en medarbetare, som inte kunde delta, om de viktigaste ämnena, insikterna, erfarenheten osv. som diskuterades under den första kursdagen.
-
- Förbered den här uppgiften tillsammans gruppen och med hjälp av ett blädderblock!

Säljprocessutbildning

Dag 1

- Välkommen till utbildningen
- Utmatningar i din verksamhet
- Festool säljmetod
- Steg 1 och 2: Förberedelse av säljsamtal och offert/orderförslag
- Steg 3 och 4: Ankomst till kunden/handlaren och inledning
- Steg 5: Säljsamtalet - Behovsanalys

Dag 2

- Steg 5: Säljsamtalet - Behovsanalys
- Steg 6: Summering av Säljsamtalet
- Steg 7 och 8: Avslut och uppföljning
- Sammanfattning och personlig ageringsplan

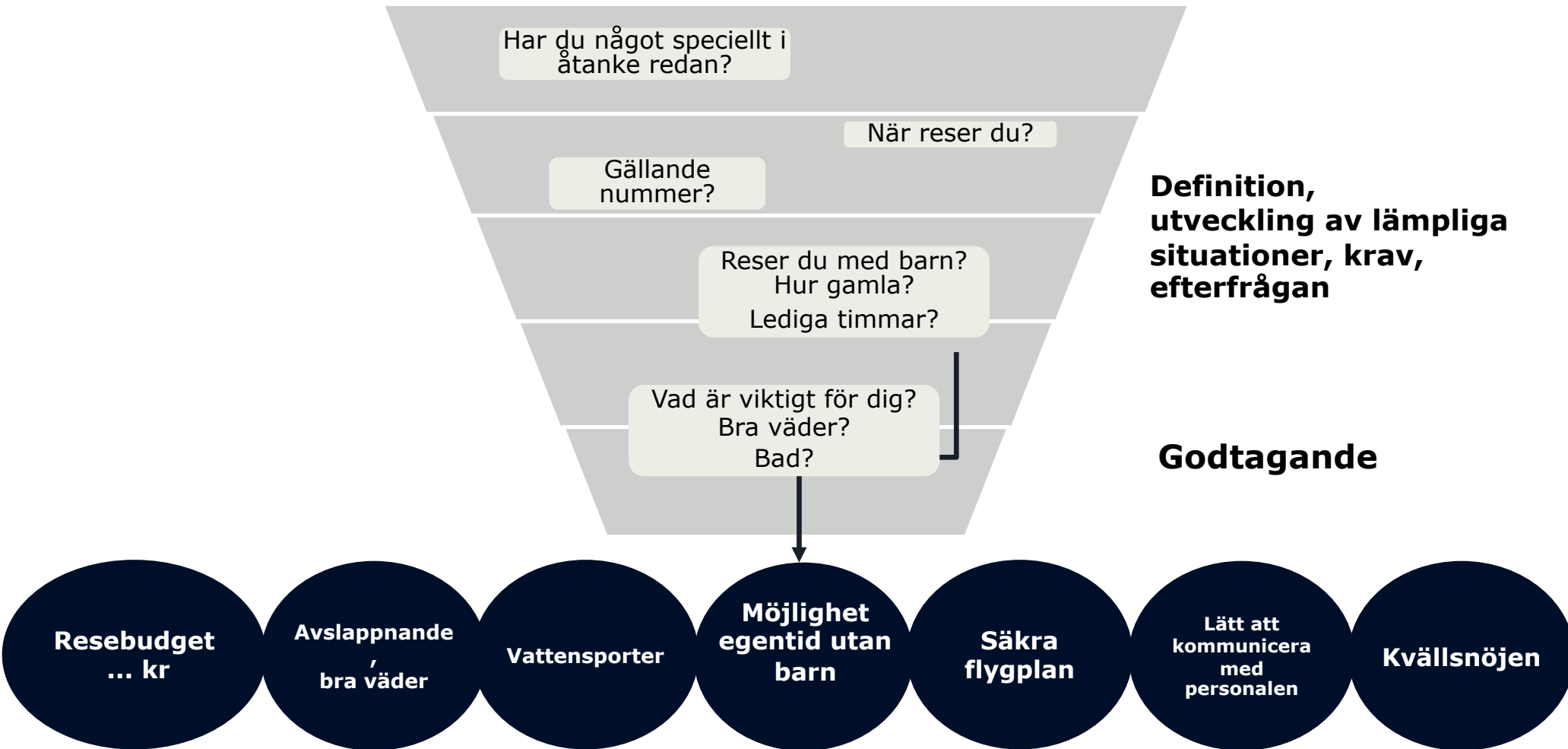
	Dag 1	Dag 2
Start	09:00	08:30
Lunch	12:30	12:30
Slut	17:00	17:00

Kaffepauser när det behövs

VI

Steg 5: Säljsamtalet

Behovsanalys



D	definiera kundens behov
A	Accept på behovet
B	bevis på att våra produkter uppfyller kundens behov
A	Accept på lösning



Plenardiskussion

- Vad är det typiska frågorna som du för nuvarande använder för en handlares behov?
- Samla 10 frågor i plenarmötet!



Plenardiskussion

Begrunda och diskutera

Läs igenom fallstudien och diskutera

- Vad anser du att säljaren hade kunnat göra bättre?
- Vilka punkter vill du förbättra under ditt möte?

Fallstudie: Analys av kundens behov

Säljaren Mikael Eriksson har bestämt möte med Johan Svensson som äger Dealer Tools & More. Mikael stiger in på Johan Svenssons kontor.

Säljare: God morgon Johan.

Handlare: God morgon Mikael, sätt dig. Hur mår du?

Säljare: Jag mår bra tack. Tack för att du tog tid att möta mig idag.

Handlare: Inga problem. För att saga sanningen så har jag inte mycket tid idag. Jag var precis iväg till banken. Men jag har några minuter för dig. .

Säljare: OK. Jag ska inte slösa din tid. Hur går det med företaget? Jag ser att det är rät t så tomt i butiken.

Handlare: Det var milt sagt. Den nuvarande situationen skapar många problem. Våra försäljningar och marginaler har minskat under de sista veckorna och är betydligt lägre än förra året. Men kostnaderna fortsätter att stiga. Vi känner verkligen av trycket. Och utöver det känner vi trycket från online-handlare som verkligen gör allt för att ta över verksamheten.

Säljare: Du har precis rätt. Ingen spenderar pengar längre och de flesta överväger noggrant om de ska spendera pengar för att investera i nya verktyg.

Handlare: Det är sant. Hur är det med andra butiker i området? Går verksamheten bättre dem?

Säljare: Alla känner av krisen, visa mer än andra. Men jag är säker på att allt snart kommer att bli bättre. Jag kan föreslå dig ett specialerbjudande. Nu ska vi se... Vi har billiga produkter för kunder med låg budget. Om du gör en beställning den här månaden får du några tillbehör gratis! Detta hjälper dina marginalproblem!

Kommentarer:

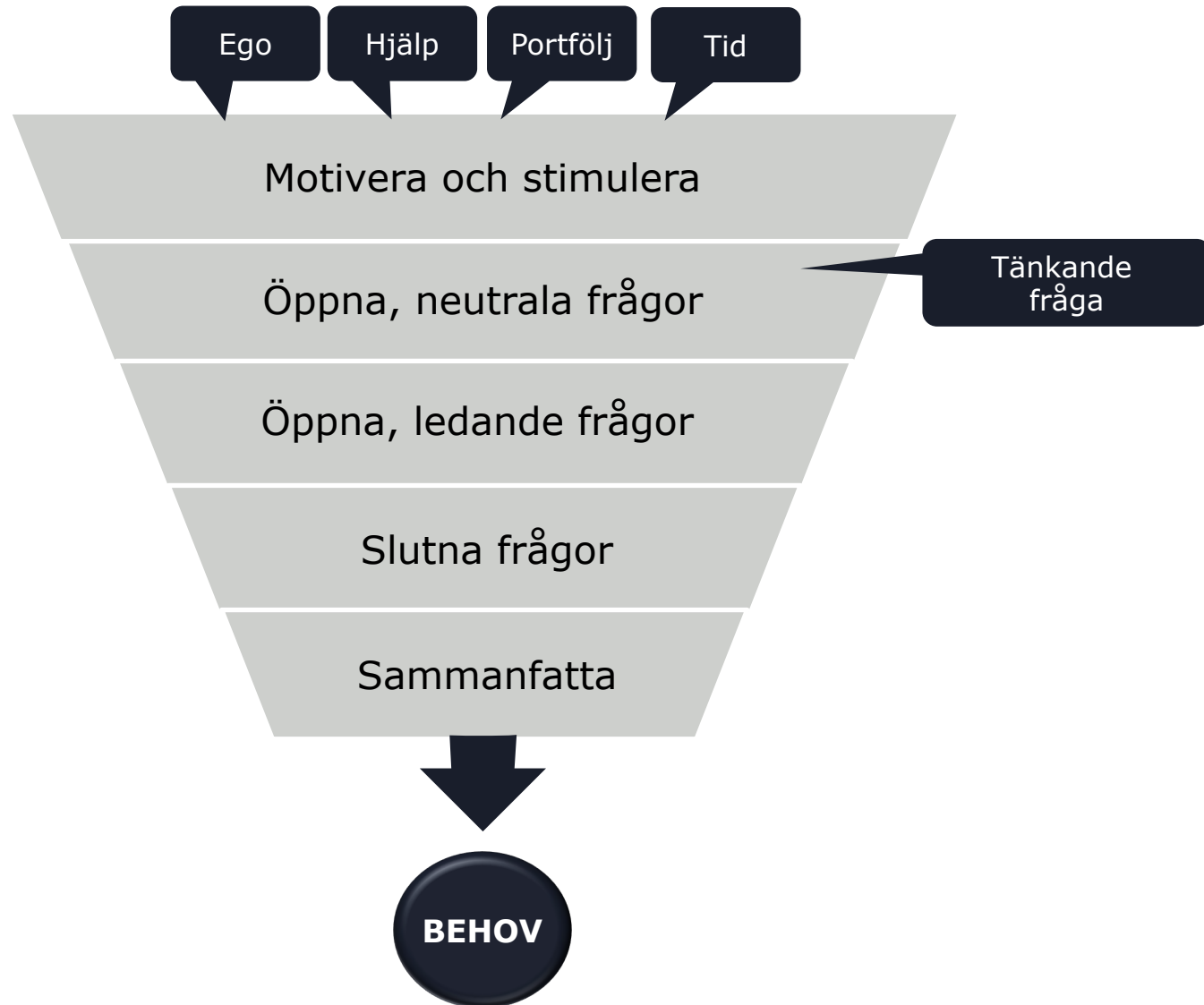
Fallstudie: Analys av kundens behov

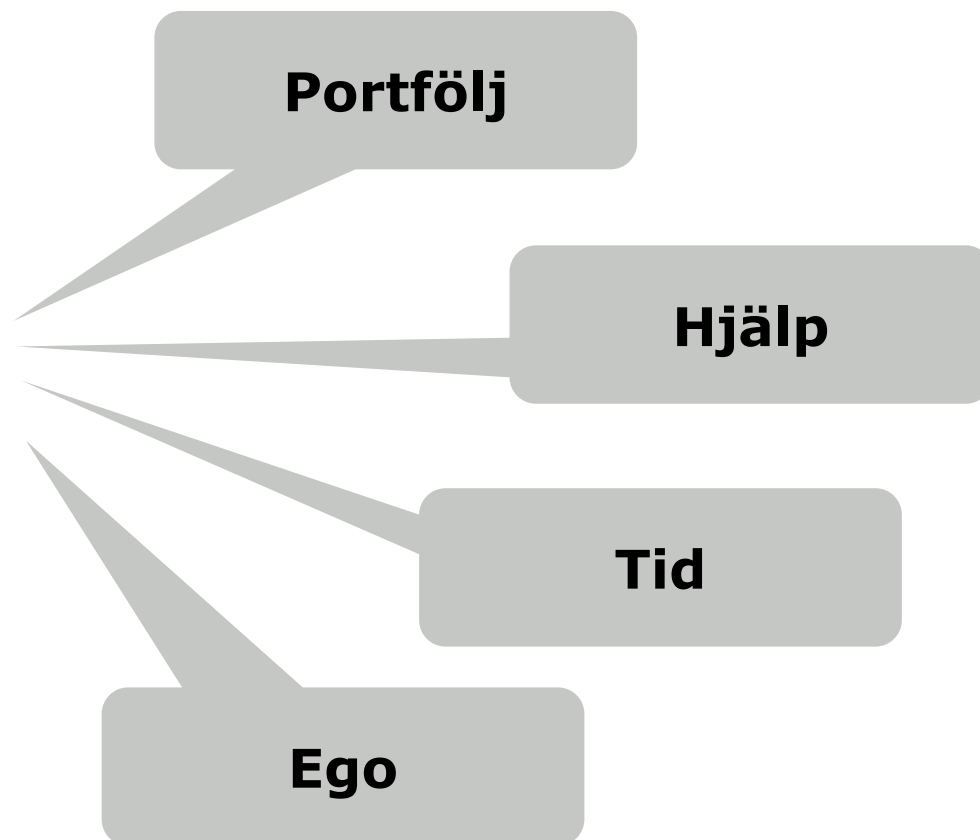
Handlare: Vi har kapacitet just nu och vårt lager är fullt. Jag är inte helt övertygad så jag kontaktar dig igen om några dagar! !

Säljare: Vänta inte för länge! Har du några frågor? Jag ger dig några nya broschyrer och återkommer nästa vecka?

Handlare: OK.

Kommentarer:





Motivera och stimulera kunden för att få hans OK på att besvara frågor:

"Jag behöver din hjälp för att ge det bästa erbjudandet för just dig.
Det vore jättebra om du ville svara på några frågor!"

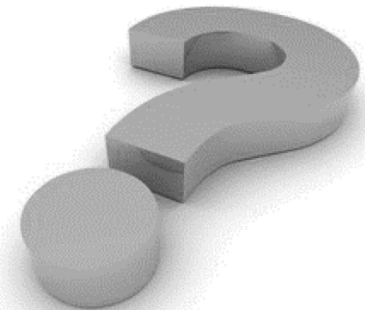
Öppna neutrala frågor: Element i en tänkande fråga

- Få ett fördomsfritt svar och sök samtalsämnen som handlaren först tänker på.
- Uppmuntra:
"Om du tänker på [*tidsram*], vilka är de 3 viktigaste [*t.ex. hinder, möjligheter, påtryckningsmedel, ...*] som du ser gällande [*relevant verksamhetsområde*]?"
- Exempel:
"Om du tänker på nästa år, vilka är de 3 största utvecklingarna som du förutser i ditt konkurrenskraftiga landskap?"

Hur går din verksamhet för närvarande?

Vad tänker du göra för att bli bättre än din konkurrens?

Vad tyckte du om vår monter på mässan?





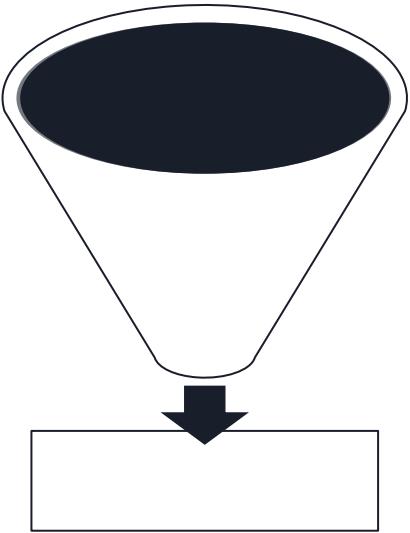
Gruppövning

- Diskutera i gruppen:
 - Tänk på en produkt och de huvudsakliga säljargumenten (egenskaper)
 - Definiera en motsvarande tratt
- En medlem i varje grupp ska sedan göra en kort presentation av resultatet under plenarmötet.

Produkt:_____

Egenskaper/fördelar:_____

Trattens steg:	
Motiverande fråga	
Öppen neutral fråga	
Öppen ledande fråga	
Sluten fråga	
Sammanfattning	





Praktisk övning

- Bilda grupper om 3 vid varje bord. Syftet med den praktiska övningen är att identifiera och styra en handlares behov. En i gruppen är handlaren under övningen, en annan är säljaren och den tredje är observatör (komplicera inte situationen – det är bara en simulering!)
- Delge din feedback:
Vad gick bra och vad kan förbättras och på vilket sätt?
- Gör detta en gång i plenarmötet och sedan i dina grupper
- Sammanfatta dina slutsatser och byt rollerna i din grupp.
- Utse en ny gruppledare för att presentera dina slutsatser efter de praktiska övningarna.

Observation av den praktiska övningen (speciellt av säljarens beteende):

Gör en bedömning på en skala från 1 (= mycket låg) upp till 6 (= mycket hög)	Ja	Skala
• Syftet med besöket var från början klart för mig.		
• Introduktionen fångade min uppmärksamhet		
• Språket var begripligt, relevant, högt, klart, livligt och naturligt		
• Handlaren var aktiv (t.ex. frågor, dialoger, osv.)		
• Trätt-frågor ställdes i rätt ordning		
• Gester, ansiktsuttryck och kroppsspråk var trevliga och professionella		
• Ämnet sammanfattades och godkändes		



Handlarnas behov

Fastställ behoven, godtagande av handlaren, bevis att ditt erbjudande matchar behovet, godtagande av handlaren.

DABA

Identifiera handlarens behov innan du presenterar erbjudandet.

**Allmänna till
detaljerade**

Gå från allmänna till detaljerade frågor.

Tratt-teknik

Använd en strukturerad serie frågor.

Lyssna

Lyssna på din kund.

Mina viktiga insikter	Att göra	Tills när	Mitt mål

VII

Steg 6: Summering & invändningar



- Typiska köpsignaler
- Hur kan vi hantera invändningar?
- Göra ett avslut



Gruppövning

- Diskutera in din grupp vad som är viktigt i det sista steget under besöket hos handlaren?
- En medlem av varje grupp ska sedan göra en kort presentation av resultatet under plenarmötet.

Mål	
Viktiga tankar om besökets sista steg:	

Festool Säljprocess

Steg 6: Sammanfattning

Mål: Maximal avslutning som kan uppnås



6. Summering

- Känna igen köpsignaler (muntliga/kroppsspråk)
- Användning av avslutningstekniker
- Hantera invändningar
- Bekräfta alla orderdetaljer
- Bekräfta alla andra avtal
- Fastställa nästa steg
- Ta order

Säljaren och kundens tankar i det avgörande ögonblicket



Kundens tvivel är de onda andarna som hindrar avtalet!

Muntliga signaler

- Kunden frågar efter detaljer: Hur sker leveransen?
- Handlaren upprepar argumenten
- Kunden yttrar det själv: "Passar exakt, bra lösning..."
- Frågar efter argument för annan person, t.ex. för arbetare

Kroppsspråk

- Kunden nickar instämmande
- Ansikte, munnen lätt öppen, öppen ögonkontakt
- Betraktar och plockar upp produkten i handen (= önskan att äga)
- Kundens beredskap att lyssna. Om han lyssnar uppmärksamt är han tydligen intresserad

Kroppshållning: på helspänn

Ansikte: allvarlig

Armar: korsade

Händer: knuten, utsträckt pekfinger

Ben: korsade



Kroppshållning: bortvänd/halvt öppen

Ansikte: skeptiskt

Armar: korsade, spända

Händer: slutna, hålls framåt

Ben: slutna, avvisande



Kroppshållning:	rak, vänlig
Ansikte:	leende, direkt ögonkontakt
Armar:	avslappnande, öppna
Händer:	öppna handflator, vända uppåt
Ben:	avslappnade, öppna



Avslutningsteknik	Förklaring
Alternativ teknik	Räkna upp (skenbara) alternativ för kunden. Han ska inte längre avgöra på att köpa, utan bara på alternativen: "Räcker mängden eller ska vi lägga till något?"
Kontrollfrågor	Försök att göra klart för kunden att det inte längre finns några invändningar: "Vad du tycker du om detta?"
Sammanfatta fördelarna och säg inget	Sammanfatta de tre viktigaste fördelarna och var tyst. Sammanfattningen framstår som något runt och färdigt. Kunden kommer att säga något eftersom tystnaden är svår att stå ut med: "Vår lampa är mycket lätt, lyser upp hela rummet och är verkligen lättanvänd."
"Göra som om" - metoden	Tala, som om kunden redan har beställt. Istället för att tänka på köpet funderar han på administrationen. "Jag rekommenderar att du beställer de nya produkterna idag, så att du har dem på lager. Räcker 10 stycken?"
Be handlaren att ta ett beslut	Endast när kunden beslutar sig får han den extra fördelen! "Detta erbjudande gäller till...."



Individuellt arbete

Hur hanterar vi hinder för att kunna avsluta en affär?

- "Jag måste tänka på det."
- "Jag måste diskutera det internt."
- "Vi tar upp det igen om några månader."
- "Det ingår inte i min budget."
- "Jag vet verkligen inte."
- ...

Resultaten presenteras i plenarmötet.

Vad du hör

Vad du svarar

Hantera invändningar

Några exempel

"Vad behöver du fundera över? Är det något som är oklart?"

"Så om beslutet endast vore upp till dig, skulle du vilja ha min lösning?"

Nej! "Och varför inte?"

Ja! "Hur kan vi **TILLSAMMANS** övertyga honom om hur intressant **VÅR** lösning är?"

"Vad är annorlunda då?"

"Jag måste fundera."

"Jag måste diskutera detta internt."

"Låt oss tala vid om några månader."



Hantera invändningar

Några exempel

"Vilka möjligheter har vi utifrån det du har kvar av budgeten?"

"Vad har du att förlora?"

"Glöm inte att det här erbjudandet är intressant för dig på grund av ..."

"Vad mer behöver du för att kunna ta ett beslut?"

"Behöver du tid att fundera för att du tycker erbjudandet är intressant?"



"Jag har ingen budget."

"Jag är inte riktigt säker."



**Att bära bruden över tröskeln skyddar henne mot onda andar
(en sed som överlevt sedan romartiden!)**

Onda andar

- **Arrogans**
Försäljning sker över känslor – vem gillar en arrogant försäljare eller maka/make?
- **Medbeslutare**
Behöver kunden argument för annan person, t.ex. målare som måste meddelas om beslutet? (Tänk på svärmor, som man måste komma överens med!)
- **Dynamism**
Var säker, men inte för snabb med att leda din handlare över tröskeln, annars kan kunden bli rädd!
- **Oförsiktighet**
Var försiktig – ingen vill överrumplas och slå huvudet!
- **Glädje**
Utstråla glädje – kunden tänker då på att det finns ett liv efter avtalet
- **Konkurrens**
Tänk på att det är många som vill ha ditt jobb!



Avslutningssignaler

Se till att du förstår handlarens köpsignaler

**Muntliga signaler/
kroppsspråk**

Köpsignaler kan vara muntliga eller kroppsspråk.

Avslutningstekniker

5 tekniker för att styra handlaren mot ett beslut

Invändningar

Använd olika tekniker för att hantera invändningar.

Nästa steg

Om beslut inte kan tas: bestäm nästa steg för att avsluta nästa gång.

Mina viktiga insikter	Att göra	Tills när	Mitt mål

VIII

Steg 7 och 8:
Avslutning
och uppföljning



- Recency-effekt
- Typiska meningar för att ta farväl
- Uppföljning



Gruppövning

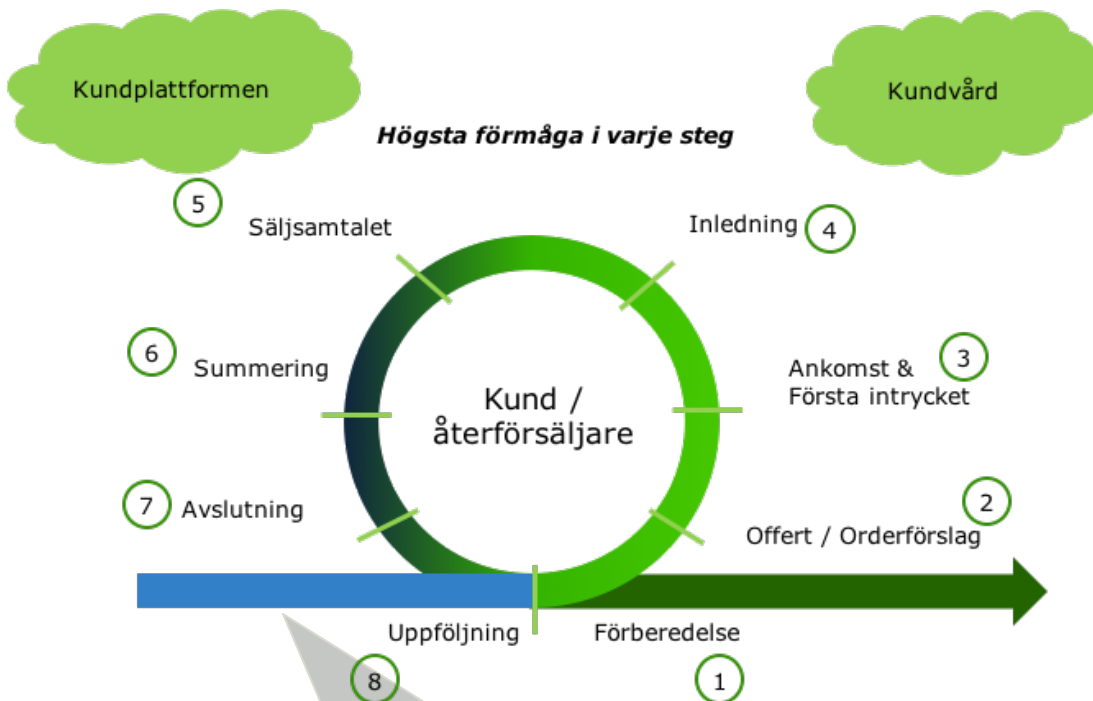
- Diskutera i din grupp vad som är viktigt när du skall säga hej då och lämna kunden?
- En medlem i varje grupp ska sedan göra en kort presentation av resultatet under plenarmötet.

Mål	
Viktiga tankar om att säga hej	

Festoos säljprocess

Steg 7: Tack för idag

Mål: Slutdiskussion om ett konstruktivt och positivt koncept



7. Avslutning:

- Sammanfatta (vem gör vad tills när)
- Bestäm två datum
- Bli personlig (visa intresse)
- Tacka



Individuellt arbete

Den här övningen visar det sista intryckets verkan (= nyhetseffekt).

Följ handledarens instruktioner.

Det sista intrycket förblir

- **Utstråla självförtroende – Upprätta ett förtroende**
"Jag är säker på att vi gjort viktiga framsteg nu"
- **Hantera projektens på ett pålitligt sätt**
"Jag lovar att jag tar emot informationen om..."
- **Uttryck ett uppriktigt beröm**
"Jag var mycket nöjd att du var så väl förberedd"
- **Erbjud ytterligare tjänster**
"Kan jag göra något mer för dig?"
- **Tid är pengar**
"Tack för att du tog dig tid"
- **Vänligt farväl**
"Ha en bra dag"



Gruppövning

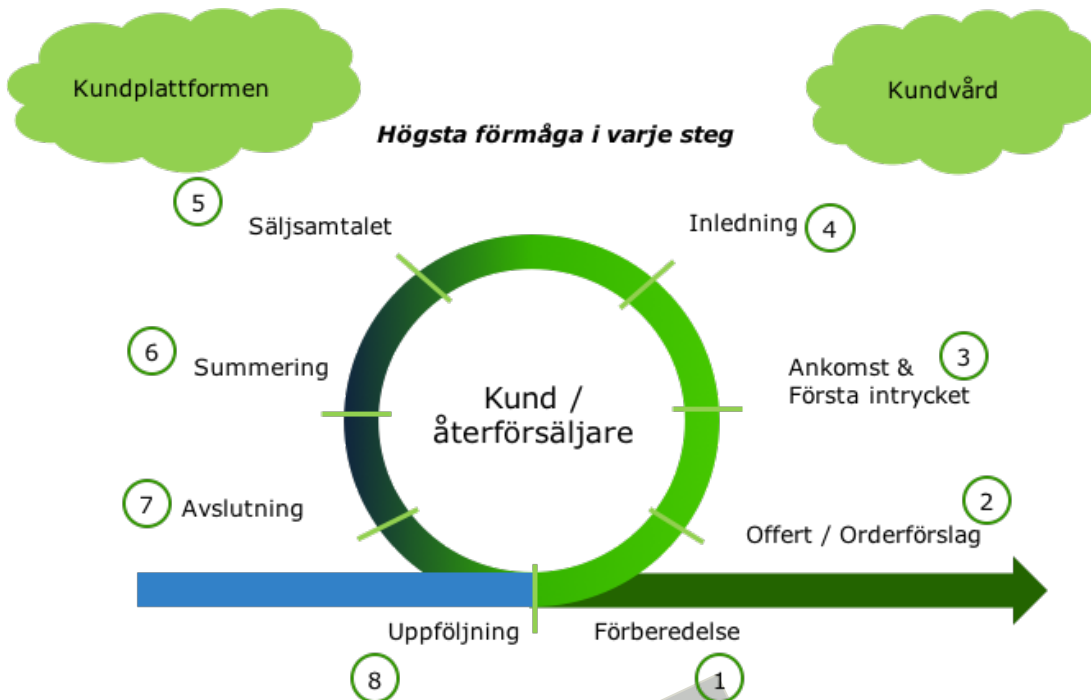
- Diskutera i din grupp vad som är viktigt i uppföljningsfasen?
- En medlem i varje grupp kommer nu att snabbt presentera resultaten i plenarmötet.

Mål	
Viktiga tankar angående uppföljningen	

Festools säljprocess

Steg 8: Uppföljning

Mål: Inled alla avtalade aktiviteter



8. Uppföljning:

- Skriv en kom-ihåg-lista
- Skicka ett protokoll (anteckningar)/e-postbekräftelse om viktiga punkter som täcktes under mötet
- Kontrollera måluppfyllelse
- Följ upp möten i Festool connect
- Planera nästa besök/skapa ett uppföljningsmöte och/eller aktivitet i Festool connect



Sammanfattning

Upprepa de viktiga punkterna från mötet för att undvika förvirring och betona punkterna (Recency-effekt).

Nästa steg

Bestäm nästa steg med handlaren.

Bekräftelse

På vilket sätt vill handlaren att mötet bekräftas? Skriftligen? Via e-post? Idag?

Småprat

Stanna kvar en kort stund (var hövlig) men inte långdragen. Handlaren kan ändra sig!

Festool connect

Använd Festool connect för uppföljningen.

Hemmakontor

Gör uppföljningen precis efter mötet – senast fredag (arbete hemifrån).