



You are part of the brand.

Sales Excellence Trainings

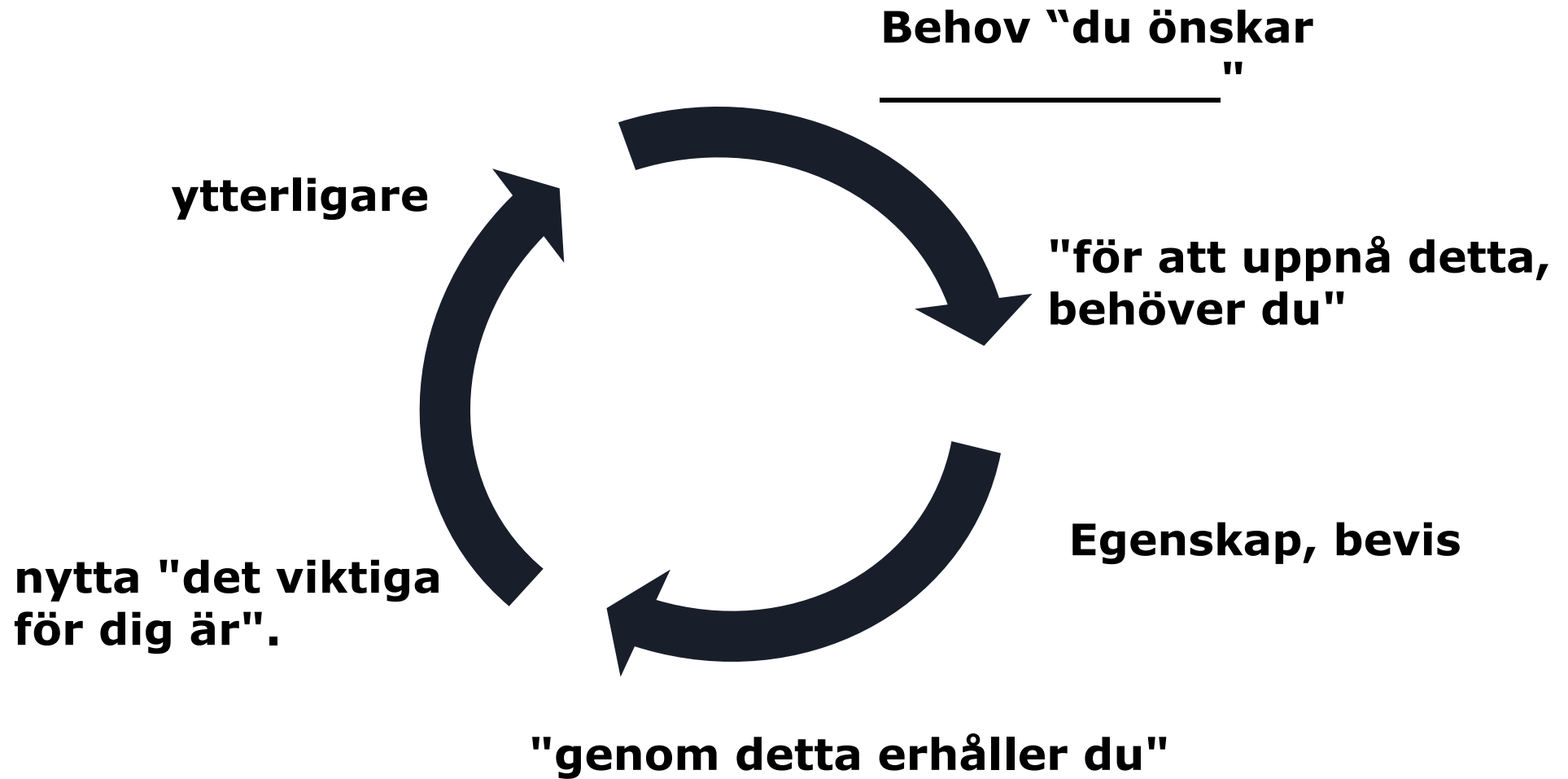
Utbildningsdag 4
2017 | Anders Fischer

FESTOOL

Fas 2

Day 1	Day 2	Day 3
Content: ■ Positive Attitude ■ Dealing with failure / negative tasks / self-organisation ■ Verbal and non-verbal Communication ■ Hurdles of communication ■ Communication in difficult situations: - Bad news - Saying no	Content: ■ Personality Styles - Understand - Own style - Recognize styles - Handle styles	Content: ■ RAC Modell ■ Product presentation

Argumentationscykeln



Utbildningsagendan - Detaljer

Utbildning om försäljningsprocessen

Dag 4

- ▶ Granskning av den senaste utbildningen
- ▶ Steg 4: Fördjupande av "Inledning"
- ▶ Steg 5: Konversation – Fördjupande av "Behovsanalysen"
- ▶ Steg 5: Konversation – Fördjupande av "Övertygande"
- ▶ Steg 5: Konversation – Fördjupande av "Hantering av invändningar"
- ▶ Sammanfattning och ageringsplan

Tipspromenad



Plenar- diskussion

Eftertanke och diskussion

- ▶ Vilka insikter kan du fullfölja?
- ▶ Vad gick bra?
- ▶ Vilka svårigheter träffade du på?

Granskning av den sista utbildningen

**Steg 1 och 2:
Förberedelse och
notera/orderförslag**

**Steg 3 och 4:
Ankomst till
kunden/handlaren och
första kontakt**

**Steg 5:
Konversation**

Granskning av den sista utbildningen

Steg 6: Försäljningens slutsats

Steg 7: Ta farväl

Steg 8: Uppföljning

II

Steg 4: Första kontakt

Hantering av invändningar
vid den första kontakten

Huvudsaken – En översikt



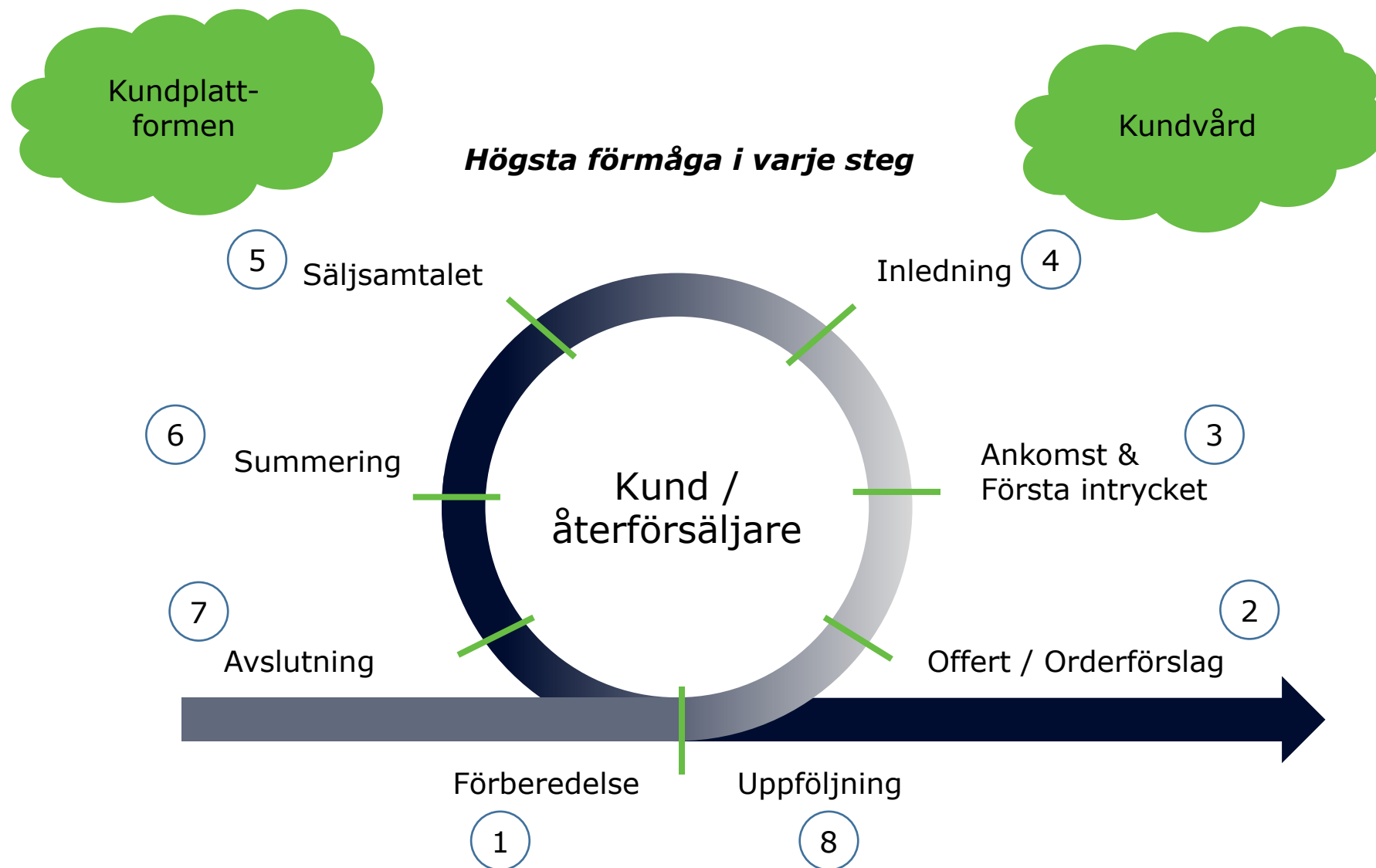
Praktiska övningar gällande:

- ▶ Första kontakten
- ▶ Hantera invändningar under den första kontakten

Festool säljprocess | Step 4: Inledning



Festools säljprocess



De typiska invändningarna vid första kontakt – hur hanterar jag dessa?



Gruppövning

1. Vilka typiska invändningar formulerar kunden vid den första kontakten för att bli av med dig?
2. Hur bemöter du dessa invändningar? (formulera konkret)

Kom ihåg! Du befinner dig i första kontaktfasen, vid vilken mycket generella invändningarna ofta formuleras!

Typiska invändningar

Typisk invändning	Möjligt svar

Typiska invändningar

Vi har allt vi
behöver

Vi ringer
tillbaka

Jag har inte
tid

Jag är inte
intresserad

Det vet jag
redan

Skicka
broschyrer

Praktisk övning - Instruktion



Praktisk övning

- ▶ Öva på ett informellt besök hos handlaren.
- ▶ Bestäm först handlaren som du besöker och förklara kort handlarens situation. ("Min handlare är Anders Johansson från XY. Jag har inte kunnat möta butikschefen innan eftersom han oftast är för upptagen.").
- ▶ En person spelar säljaren och den andra handlaren. De andra deltagarna är observatörer.
- ▶ Gör detta först i plenum och sedan i gruppmöten.
- ▶ Under övningen, var speciellt uppmärksam med aspekterna i "övningens aspekter". De här aspekterna bedöms även i feedbacken.
- ▶ Som återförsäljare, se till att du börjar med en invändning.

Praktisk övning – Observatörens kontrollista

Övningsaspekter:

	Ja	Nej
• Verkar redan från början sympatisk (Primacy-Effekt)		
• Professionell hälsning (handskakning osv.)		
• Positiv samtalsstart ("De första meningarna måste sitta")		
• Positiv samtalsstart ("De första meningarna måste sitta")		
• Beakta de yttre betingelserna (t.ex. överlämning av visitkort)		
• Samtalsinledning inriktad på fördelar ("Kunden vinner på mitt besök")		
• Hantera invändningar professionellt		
• Erhålla all nödvändig information		
• Kom överens med kunden om ytterligare datum/aktiviteter		

Praktisk övning - Observatör och feedback



Praktisk övning

Beakta punkterna på observatörens kontrollista.

- 1) Gör noteringar (notera speciellt citat) över goda och förbättringsbara delar i samtalet
- 2) Fråga först kollegorna i övningen hur de upplevt mötet.
- 3) Sedan ger handlaren och därefter observatören själv en feedback.
 - ▶ Vad gick bra?
 - ▶ Vad kan man förbättra?

Viktigt:

Det handlar inte om att bestämma förlorare eller vinnare i den praktiska övningen!

Ge och kräv från dina kolleger en feedback över det som är bra och vad som kan förbättras!

Min personliga ageringsplan

Mina insikter	Agerande	Tills när	Mitt mål

III

Steg 5: Säljsamtalet

Fördjupande behovsanalys

Huvudsaken – En översikt



Praktiska övningar gällande:

- ▶ Analysera handlarens behov (DA)
- ▶ Förstärk frågetekniken
- ▶ Tillämpande för dina återförsäljare och produkter

Festool säljprocess | Steg 5: Säljframförande

Target: Order, common activity (win-win), agreement on all issues

5. Säljsamtalet

Allmänt

- ▶ Behandla besökets största ämnen
- ▶ Presentera ett konkret orderförslag
- ▶ FactSheet förberett
- ▶ Aktivt lyssnande

Behovsanalys

- ▶ Utarbetande efterfrågor/krav
- ▶ Användning av frågetekniker (tratt-frågor, DA-fas av DABA)
- ▶ Tillämpas FOCA-teknik?

Presentera lösning

- ▶ Om produktdemonstration: har SAI & hälsa behandlats?
- ▶ Utför specifika upplägg
- ▶ Visa fördelar och möjligheter
- ▶ Användning av argumentationscykel

Hantering av invändningar

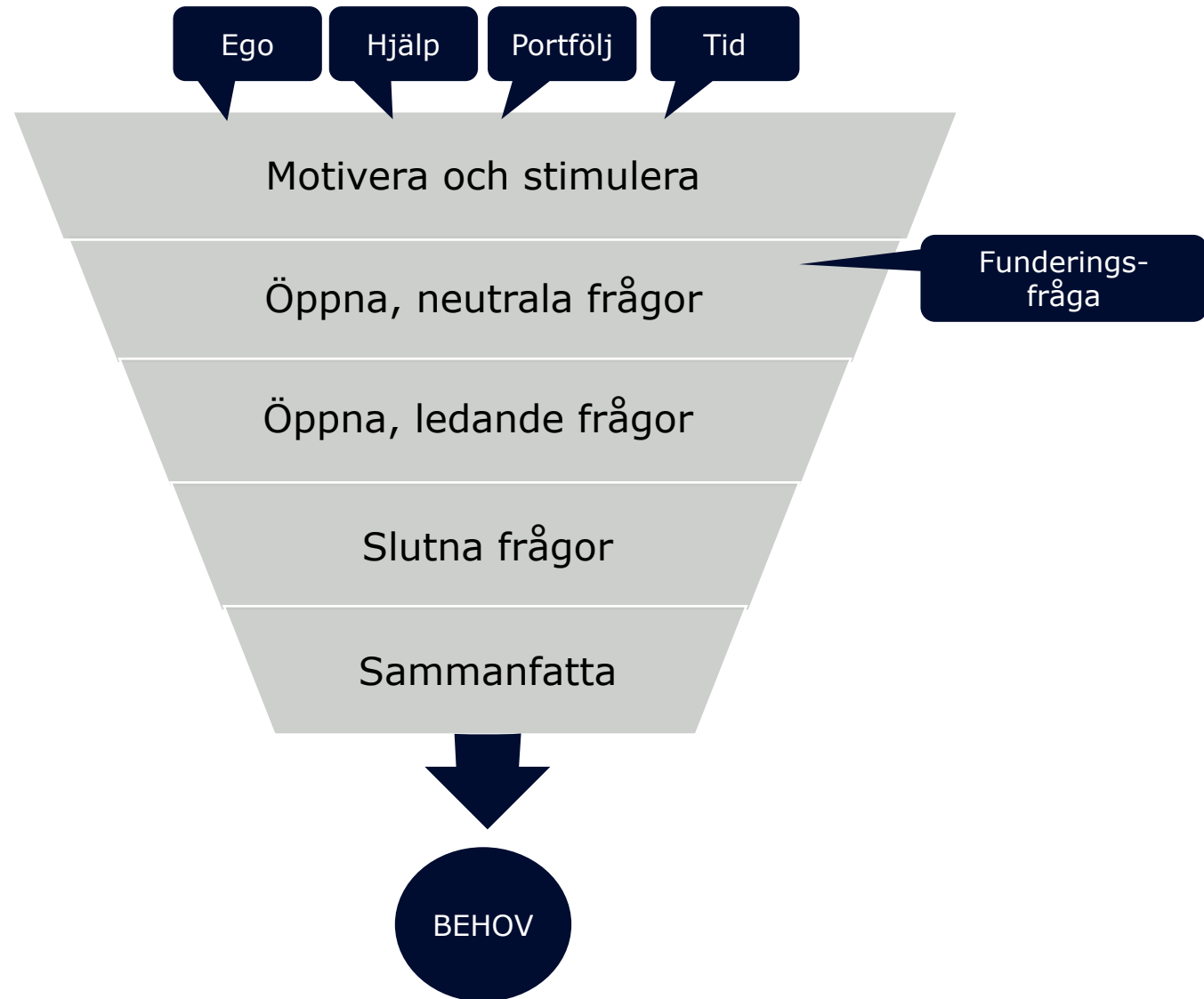
- ▶ Överträffa invändningar och tvivel
- ▶ Användning av 4 tekniker för hantering av invändninga



DABA-principen

D	definiera kundens behov
A	acceptera behovet
B	bevisa på att våra produkter uppfyller kundens behov
A	acceptera av beviset

Effektiv kartläggning – Frågor i trattform



Frågor för analys av kundens behov

Frågor	Öppen	Sluten
Mål	Ta reda på	Erhålla godkännande
Uppbyggnad	Magiska ord	Verben först
Styrda frågor leder till precisa svar	"Hur viktig är den permanenta förfogbarheten för dig?!"	
Alternativa frågor		"100 eller 500 delar?"
Omformuleringar		"Leveransfristerna är alltså det viktigaste för dig?"

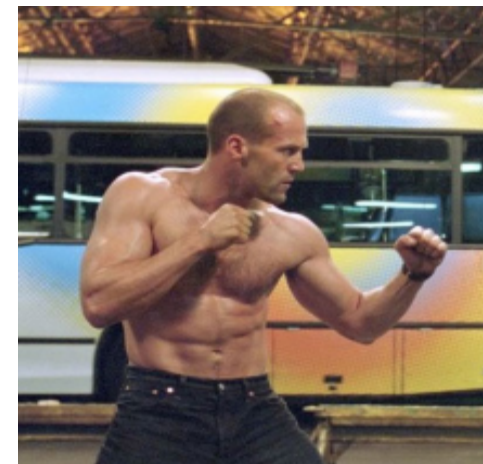
Ett behov är skillnaden mellan två situationer



Nuläge



Med vilja och förmåga att
eliminera skillnaden



Önskat läge

FÅFA-tekniken

Fakta



Åsikt



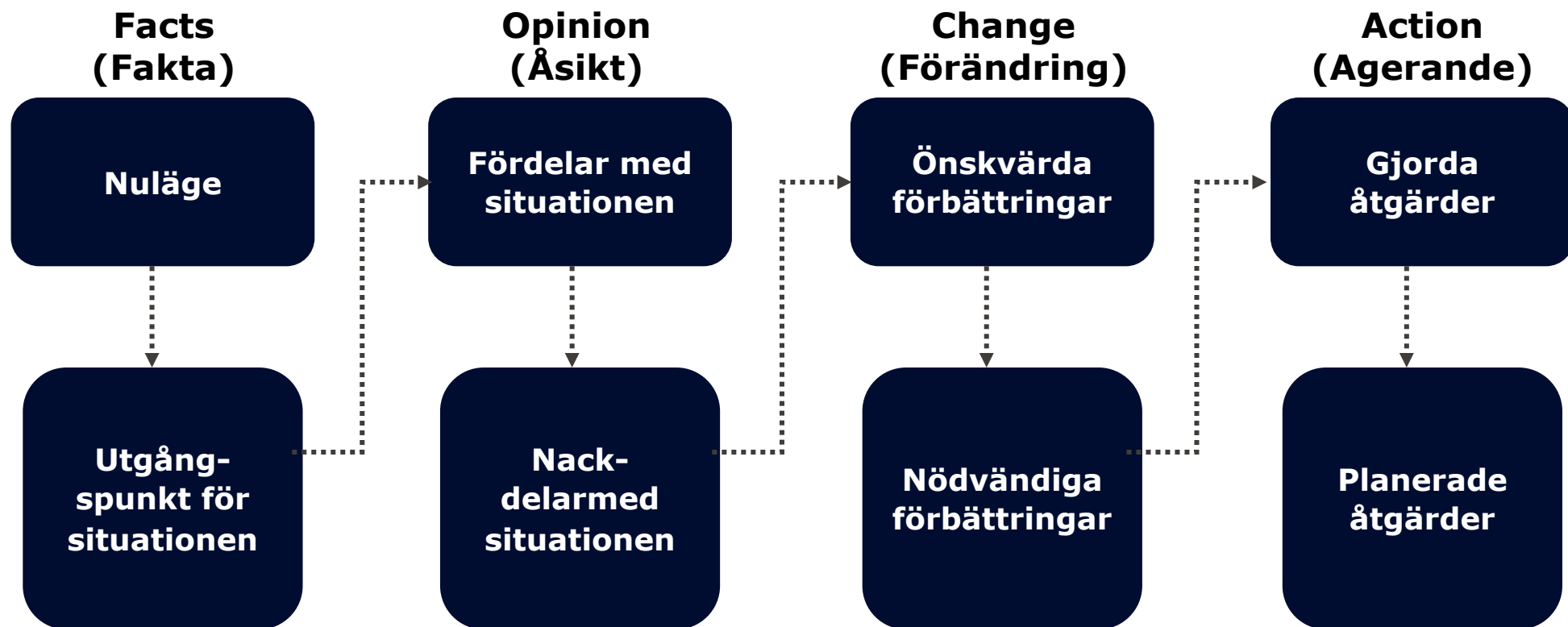
Förändring



Agerande



FOCA-tekniken



FOCA-teknik - Exempel

**Facts
(Fakta)**

Nuläge

**Opinion
(Åsikt)**

**Nack-
delarmed
situationen**

**Change
(Förändring)**

**Önskade
förbättringar**

**Action
(Agerande)**

**Gjorda
åtgärder**

**Vilka
Konkurr-
enter
har du?**

**Är du nöjd
med din
Marknads-
andel?**

**Hur ser din
idealiska
situation
ut?**

**Vad har
du redan
gjort för att
nå hit?**

FOCA-teknik



Plenar- diskussion

- Vi samlar nu möjliga FOCA-frågor för fastställande av din handlares specifika behov.

FOCA-frågor | Möjliga frågor

Fakta	▶ Vilka förändringar erfor du under de senaste 6 månaderna? Vad har ändrats på din marknad? ▶ Vilka förändringar kommer din marknad att genomgå? ▶ Vilka mål har du för nästa år/de kommande åren? Vilka är dina aktuella produktutvecklingar? ▶ Vilka är dina konkurrenter? Vad skiljer dig från dina konkurrenter? ▶ Vem är din aktuella leverantör? Vilka kriterier använder du för att välja en leverantör? ▶ Vad väntar du dig av din favoritleverantör? ▶ Hur var din erfarenhet med oss? ▶ Hur fungerar beslutstagandet? ▶ Vem, förutom du, kommer att vara inblandad i beslutet?
Åsikt	▶ Hur tillfredsställd är du med...? ▶ Hur bedömer du...? ▶ Gällande den här punkten: vad kan förbättras? ▶ Vad tycker du om den här punkten? ▶ Enligt din åsikt: vilken är orsaken (kostnaderna är för höga...)? ▶ Hur optimistiskt ser du på den här punkten?
Förändring	▶ Vad vill du ändra? ▶ Var ser du dig om 12 månader/3 år från idag? ▶ Hur ska den här punkten utvecklas i framtiden? ▶ Vilka förändringar krävs? ▶ Vilka mål har du gällande den här punkten i framtiden? ▶ Vad kan göra dig tillfredsställd i framtiden?
Agerande	▶ Hur kommer du att strukturera om....? ▶ Vad har du gjort för nuvarande gällande (nedskränning av kostnader...)? ▶ Vilka förändringar har redan genomförts? ▶ Vilka investeringar har planerats? ▶ Har du testat något annat? Vad var resultatet? ▶ Vad förväntar du dig gällande denna punkt från en ny leverantör? ▶ Vad kan vi göra tillsammans?

FÅFA-teknik



Individuellt arbete

- ▶ Tänk på dina nya konton och deras specifika ämnen.
- ▶ Hitta exempel för FÅFA-frågor gällande de här ämnena.
- ▶ Var förberedd att presentera dem för gruppen.

Arbetsblad för FOC-teknik

Ämne	Fakta	Åsikt	För- ändringar	Agerande

Fallstudie – FOCA-frågor



Gruppövning

Betraktelse och diskussion

Läs fallstudien och diskutera

- Finn ut vilka FOCA- eller tratt-frågor som säljaren ställde.

Var förberedd att delge dina idéer med gruppen

Fallstudie – Analys av handlarens behov – “Den rätta vägen”

Efter en kort introduktion fortsätter diskussionen mellan säljaren och Anders Johansson från Dealer Tools & More på följande sätt

Säljare: Har du några frågor?

Handlare: Inte just nu.

Säljare : Bra och om du har frågor så svarar jag gärna på dem. Kan du beskriva din affärsverksamhet mer i detalj.?

Handlare : Jag tog över verksamheten från min far för över 18 år sedan. Vi hade på den tiden 6 anställda. Nu anställer jag 14 personer och vi har tre dotterbolag

Säljare: Din verksamhet verkar vara mycket framgångsrik.

Handlare : Allt skedde mycket snabbt. Vi växte till 14 anställda under de första 5 åren. Efter det var vi glada att kunna hålla verksamheten på den här nivån. Vår portfölj går från produkter till tjänster. Vi erbjuder våra kunder vanliga tjänster som reparation och direkt leverans till byggarbetsplatsen.

Säljare: Jag ser att du är ett länge etablerat företag. Med alla de tjänster som du erbjuder måste du och dina anställda ha många olika uppgifter.

Kommentarer:

Fallstudie – Analys av handlarens behov – “Den rätta vägen”

Handlare: Ja vi blir ju aldrig uttråkade ;-).

Säljare: Du sa att verksamheten utvecklades mycket bra under de första 5 åren efter att du tog över företaget. Hur går verksamheten idag?

Handlare: Ja, jag kan ju inte klaga. Just nu är vi glada att vi har tillräckligt med arbete för att kunna behålla verksamheten och personalen.

Säljare: Det låter inte optimistiskt. Vad beror detta på tror du?

Handlare: Bra fråga. Jag har ställt mig den frågan några gånger. Jag tror att det beror på flera faktorer. Den största är att konkurrensen blivit hårdare, speciellt på grund av online-handel. Naturligtvis påverkar det priser och leder till ett priskrig där vissa verksamheter hamnar i svårigheter.

Säljare: Jag förstår. Vad annat?

Handlare: Utöver det tillkommer ökade kostnader, kundklagomål och reparationer.

Kommentarer:

Fallstudie – Analys av handlarens behov – “Den rätta vägen”

Säljare: Ja, jag förstår. Varför har du ökade kostnader vid hanteringen av klagomål?

Handlare: Om leverantören inte erbjuder produkter av bra kvalitet och kunden klagar om detta, är detta en svår situation för mig eftersom jag känner mig ansvarig för att ha rekommenderat dem att köpa den här speciella produkten. Utöver det är nästan alla mina kunder återkommande kunder. Därför gör jag reparationer på egen kostnad.

Säljare: Och vad tycket du om det? Är det OK för dig?

Handlare: Nej, absolut inte. Jag är faktiskt irriterad över det.

Säljare: Vad är din idealiska situation då?

Handlare: Det vore bra om produkterna var av bättre kvalitet och eftermarknadstjänsten vore mer kundinriktad.

Säljare: Så du menar att det vore bäst för dig om eftermarknadstjänster såg till att kunderna är nöjda så att du inte behöver göra reparationer och uppleva stressiga situationer med kunderna?

Handlare: Exakt.

Säljare: Känner du till vårt SAI-erbjudande för slutkunderna?

...

Viktiga insikter | Analys av handlarens behov



FOCA	Använd FÅFA för att ställa rätt fråga.
Uppmärksam lyssning	Lyssna uppmärksamt på din partner.
Invändningar	Gå till botten med invändningarna.
Behovsanalys först	Fastställ först behovet innan lösningen presenteras.
Sammanfattning av behoven	Sammanfatta behoven som identifieras vid slutet av mötet.

Praktisk övning



Praktisk övning

Du har avtalat ett möte med en av dina kunder för att prata om nuläget och möjliga affärer. Målet med rollspelet är att identifiera kundens behov. En person i gruppen tar rollen som kund och en som säljare.

- ▶ Gör noggranna förberedelser inför mötet.
- ▶ Genomför mötet med kunden för att analysera behoven.
- ▶ I plenum och efteråt i grupper
- ▶ Presentera den feedback du fick:
 - ▶ Vilken information fick du och inte fick från kunden
 - ▶ Vad som gick bra och vad som skulle kunna förbättras, samt på vilket sätt
- ▶ Sammanfatta dina slutsatser och byt roller inom gruppen.

Välj ut en gruppmedlem som får presentera gruppens slutsatser efter avslutat rollspel.

Fall: Henrikssons



Bakgrund – Säljaren

Du har ringt och avtalat en tid med den nya ägaren till Henrikssons, ett familjeägt företag inom färg och inredning.

Eftersom det är ett ganska litet försäljningsställe och den nya ägaren verkar öppen för nya ideer tror du att det kan finnas möjligheter att utöka deras utbud. Du kan emellertid inte vara säker innan du har konstaterat vad ägaren tycker sig behöva och det är målet med mötet.

Kunskap om handlaren

- Begränsat utrymme i och kring försäljningsstället som ligger på en vanlig affärsgata i en förort
- Blandad kundbas: bransch- och privatpersoner

Fall: Henrikssons

Anderssons bakgrund (ägare till Henrikssons)

Erikssons bakgrund (ägare till Tools & More)

Du har nyss tagit över en verksamhet inom färg och inredning efter din far som gått i pension och du har vissa tankar om hur du skall kunna få fart på verksamheten igen. Försäljningen i allmänhet är stabil, men färg har minskat med 5 % under det senaste året.

Kundbas

- ▶ 30 % private husinnehavare
- ▶ 70 % lokala detaljhandlare: snickare, målare, hantverkare

Plats

- ▶ små, i förorten, vissa traditionella butiker

Konkurrens

- ▶ Olika verktygsåterförsäljare, två byggvaruhus en fristående fem kilometre bort
- ▶ Du är inte mycket pratsam men kommer att ge information OM representanten ställer lämpliga frågor och visar att han/hon lyssnar på dig!

Behov

- ▶ **Lyft fram de tre verksamhetsbehov och två personliga behov som du anser är viktigast**
- ▶ Om säljaren är dålig på att fråga och lyssna så bjuder du inte på så mycket information

Fall: Henrikssons

Bakgrund – observatör

Allmänna råd:

Var uppmärksam på att de aspekter som har diskuterats används korrekt. Du bör föra anteckningar under samtalet över bra saker och saker som behöver utvecklas för att du ska kunna ge konkret feedback efteråt.

Lägg särskilt märke till:

I samtalets början:

1. skapat intresse
2. kommit överens om tid och agenda
3. Innehåll:
 - ▶ Fanns det en noggrann analys av kundens krav eller presenterades lösningen direkt?
 - ▶ Hur använder säljaren frågeteknik för att styra dialogen och analysera kundbehoven?
 - ▶ Kan AkzoNobel-representanten få till stånd några aktiviteter?
 - ▶ Lyssnar AkzoNobel-representanten aktivt; frågar och antecknar han?

Fall: Henrikssons

Observation av den praktiska övningen (speciellt säljarens beteende)

Gör en bedömning på en skala från 1 (= mycket låg) upp till 6 (= mycket hög)	Ja	Skala
• Var trevlig från början		
• Professionell start av mötet (t.ex. agenda, timing, fördelsbaserad start av mötet)		
• Krav för identifiering av intressenten • Frågor för faktauppgifter • Frågor för att ta reda på åsikten • Frågor för möjligheter att kunna ändra något • Frågor för agerande		
• Sammanfattning av resultatet		
• Överenskommelse med kontot om nästa steg (datum/verksamheter)		
• Övriga:		

Viktiga insikter | Behovsanalys



Handlarnas behov	Fastställ behoven, godtagande av handlaren, bevis att ditt erbjudande matchar behovet, godtagande av handlaren.
DAPA	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 partner riktigt.

Min personliga ageringsplan

Mina viktiga insikter	Att göra	Tills när	Mitt mål

IV

Steg 5: Konversation

Fördjupande av övertygande

Huvudsaken – En översikt



Praktiska övningar gällande:

- ▶ Övertyga handlaren
- ▶ Argumentationstekniker
- ▶ Fördelsinriktade formuleringar
- ▶ Hantering av invändningar

Festool säljprocess | Steg 5: Säljframförande

Target: Order, common activity (win-win), agreement on all issues

5. Säljsamtalet

Allmänt

- ▶ Behandla besökets största ämnen
- ▶ Presentera ett konkret orderförslag
- ▶ FactSheet förberett
- ▶ Aktivt lyssnande

Behovsanalys

- ▶ Utarbetande efterfrågor/krav
- ▶ Användning av frågetekniker (tratt-frågor, DA-fas av DABA)
- ▶ Tillämpas FOCA-teknik?

Presentera lösning

- ▶ Om produktdemonstration: har SAI & hälsa behandlats?
- ▶ Utför specifika upplägg
- ▶ Visa fördelar och möjligheter
- ▶ Användning av argumentationscykel

Hantering av invändningar

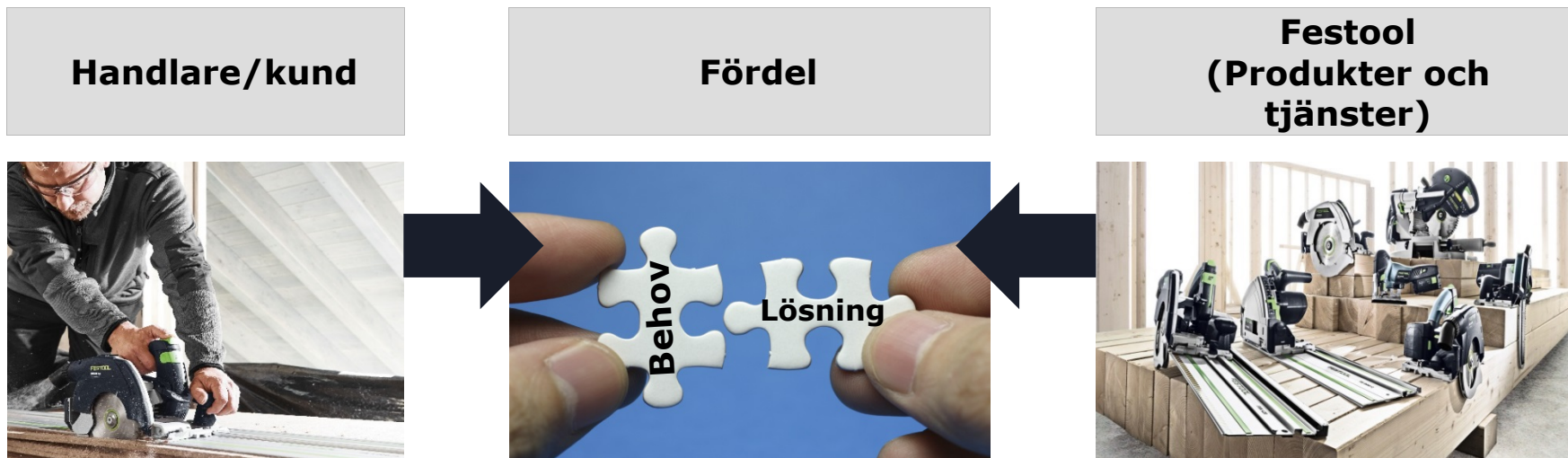
- ▶ Överträffa invändningar och tvivel
- ▶ Användning av 4 tekniker för hantering av invändninga



DABA-principen

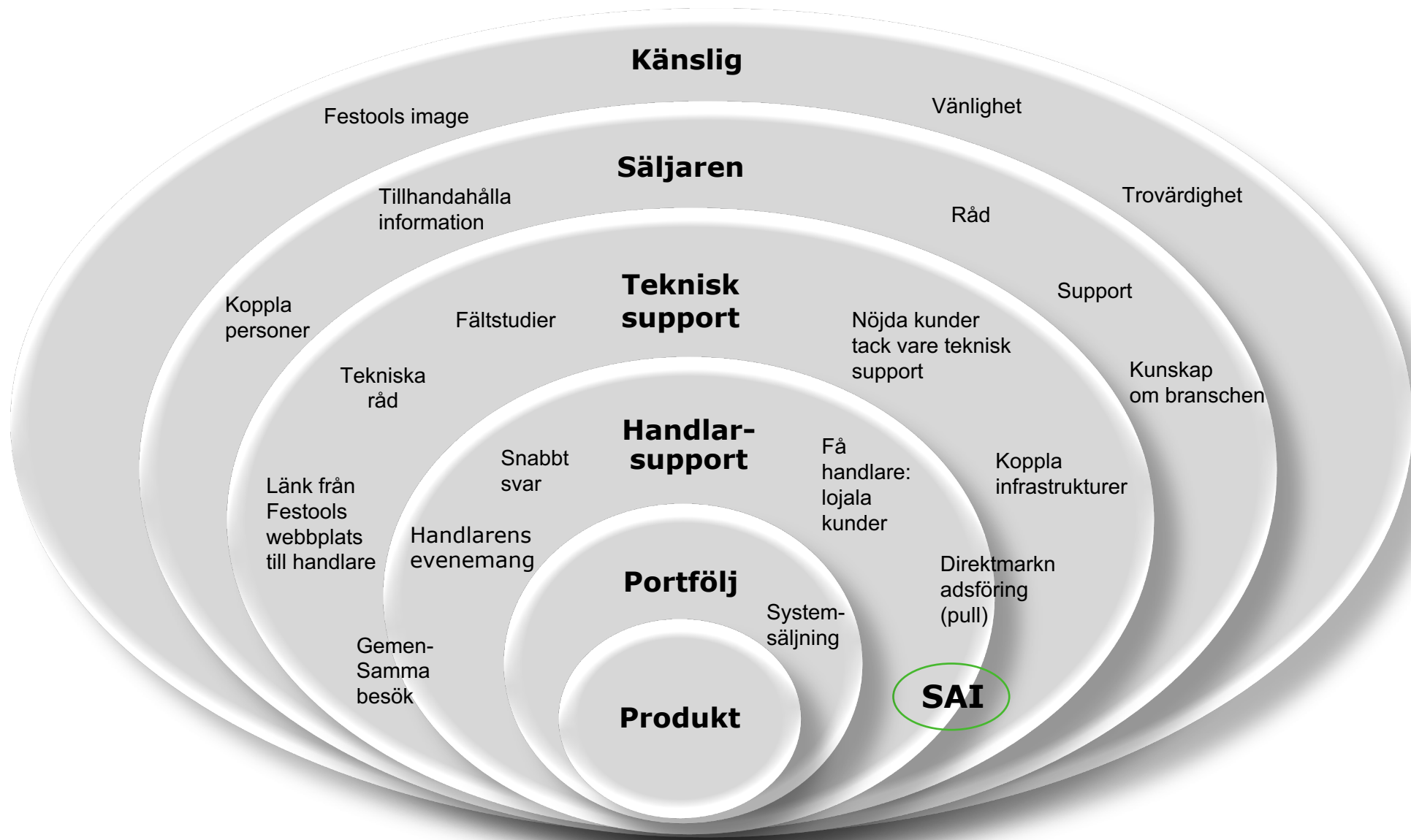
D	definiera kundens behov
G	odtagande av behovet
B	bevisa på att våra produkter uppfyller kundens behov
G	Odtagande av beviset

Handlaren/kunden köper sin fördel



**En fördel skapas om vårt erbjudande uppfyller en
handlares/kunds behov.**

Vår lösning till handlaren (exempel)



Vilket värde erbjuder du dina kunder?



Gruppövning

Låt oss analysera vårt erbjudande!

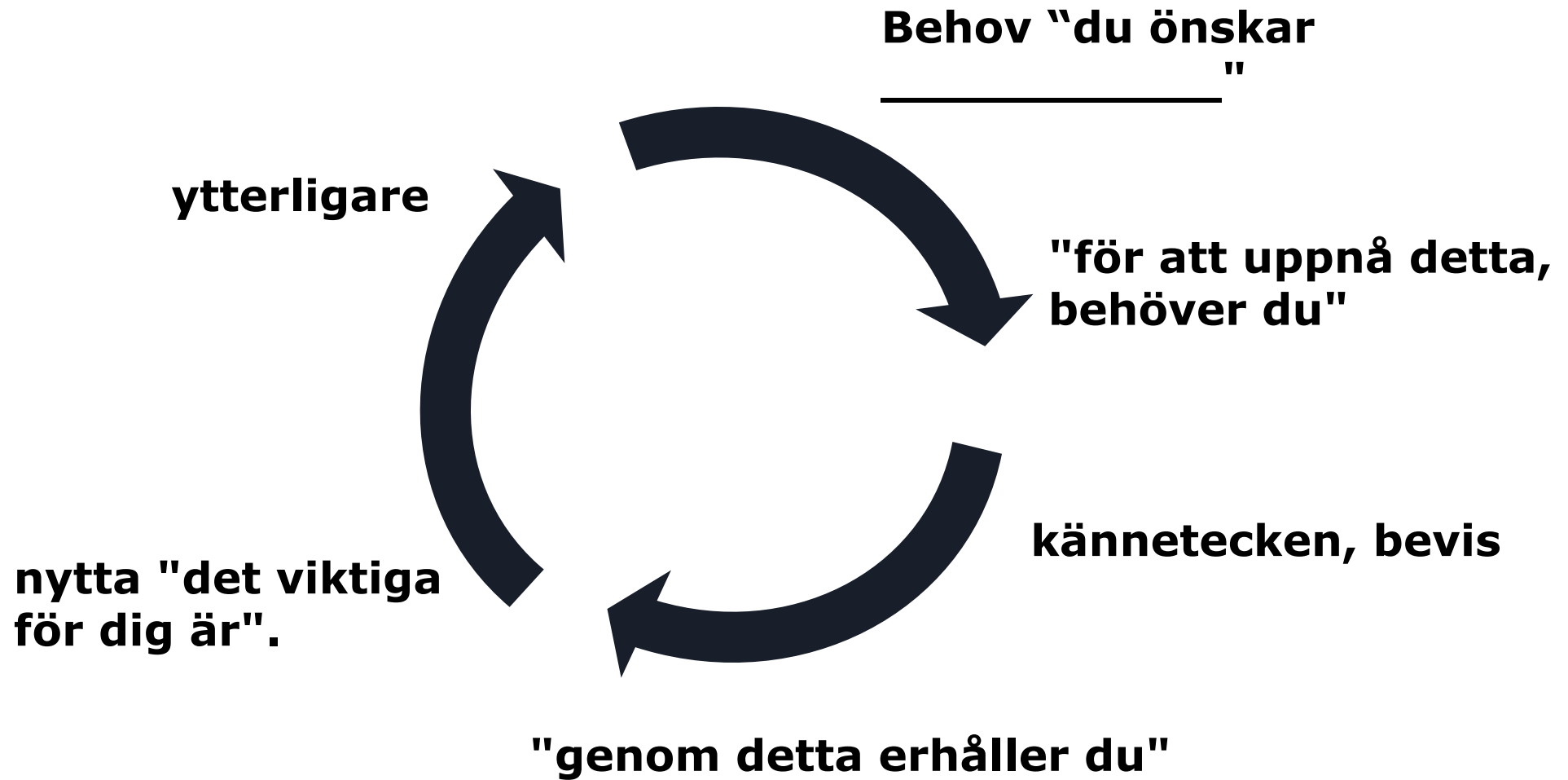
- ▶ Varje grupp fokuserar på ett Festool-erbjudande.
- ▶ Förbered dig för att delge grupparbetets resultat med dina kollegor

Vilket värde kan vi erbjuda?

Erbjudande: _____

Kännetecken	Fördel/potentiel I nytta	USP	Kundens behovssituation

Struktur över ett övertygande förslag–Argumentationscykeln



Praktisk övning - Instruktion



Praktisk övning

Du kommer nu att kunna öva på att övertala en handlare efter en behovsanalys. Du kan öva på alla punkter som diskuterats.

På nästa diapositiv hittar du uppgifter om den här handlaren.

Bilda grupper om 3: en person är säljare, en annan är handlaren och den tredje har rollen som observatör.

- ▶ Öva först på presentationen i plenum och sedan i dina grupper.
- ▶ Ge feedback genom att beskriva (och uppskatta) presentationen. Var speciellt uppmärksam med aspekterna under "Övningens aspekter". Dessa aspekter bedöms även i feedbacken.
- ▶ Sammanfatta dina slutsatser och byt roller i gruppen.

Information som vi fick i behovsanalysen

Handlarens profil – Allmän information

Namn	Optimera
Region	Kristianstad
Storlek (lokalerna)	3000m2 inkl butik och bygghandel.
Produktsortiment	Butik + byggvaror.
Distributör/distributörer som föredras	DeWalt, Makita
Antal anställda	38
Omsättning med Festool under de senaste 3 åren	350.000

Information som vi fick i behovsanalysen

Handlarens profil - Information för handlarens roll

Namn	Optimera
Region	Kristianstad
Huvudsakliga behov, vad är av vikt för handlaren (t.ex.: endast låg kostnad, mest innovation och märke, allt som kan ge högre vinst,...)	Intresserad primärt av snabbbrörliga produkter som deras kunder efterfrågar. Deras målgrupp är små och stora byggföretag i regionen. Deras omsättning kommer till största del ifrån virke och byggvaror. Optimera ser sig ha en fördel med Festool eftersom de kan tillmötesgå deras kunders önskemål om bra verktyg. Marginalerna för Optimera på el-verktyg har minskat de sista åren, de vill tjäna mer pengar på sin försäljning.
Vilka huvudsakliga hinder skapar den här handlaren för Festool	Optimera köper främst Batteriborrskruvdragare, men har inte kunskap att sälja en bredare del av vår portfölj.
Varför är denna handlare så attraktiv för Festool	Optimera är den främsta handlaren i området mot bygg. De har många kunder i butik.
Övriga specifika uppgifter om handlaren	Optimera är en del av kedja med ca 40 butiker. Deras centrala inköp pusher hög omsättningshastighet på produkter som ett viktigt kriterie.
Konkurrens i nuläget	DeWalt, Makita.

Observation

Observation av den praktiska övningen (speciellt säljarens beteende):

Gör en bedömning på en skala från 1 (= mycket låg) upp till 6 (= mycket hög)	Yes	Scale
▶ 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.)		
▶ Kanalfrågor ställdes i rätt ordning		
▶ Gester, ansiktsuttryck och kroppsspråk var trevliga och professionella		
▶ Argumentationscykeln användes		
▶ Fördelsinriktade argument användes		
▶ Ämnet sammanfattades och godkändes		

Viktiga inblickar | Övertyga handlaren



Övertygande förslag

Ett övertygande förslag skapar en fördel för handlaren.

Handlarens fördel

Tänk på handlarens fördel, inte slutanvändarens.

Argumentationscykel

Argumentationscykeln omfattar handlarens behov, beviset och fördelen.

Min personliga ageringsplan

Mina viktiga insikter	Att göra	Tills när	Mitt mål

V

Steg 5: Konversation

Fördjupande av hantering
av invändningar

Festool säljprocess | Steg 5: Säljframförande

Target: Order, common activity (win-win), agreement on all issues

5. Säljsamtalet

Allmänt

- ▶ Behandla besökets största ämnen
- ▶ Presentera ett konkret orderförslag
- ▶ FactSheet förberett
- ▶ Aktivt lyssnande

Behovsanalys

- ▶ Utarbetande efterfrågor/krav
- ▶ Användning av frågetekniker (tratt-frågor, DA-fas av DABA)
- ▶ Tillämpas FOCA-teknik?

Presentera lösning

- ▶ Om produktdemonstration: har SAI & hälsa behandlats?
- ▶ Utför specifika upplägg
- ▶ Visa fördelar och möjligheter
- ▶ Användning av argumentationscykel

Hantering av invändningar

- ▶ Överträffa invändningar och tvivel
- ▶ Användning av 4 tekniker för hantering av invändningar



Tekniker för hantering av invändningar

Bakgrunds- fråga, informations- fråga, konkretisera

"Hur menar du?" / "Aha, så?" / "Med vad jämför du ...?"

- ▶ Alltid när invändningar uttalas mycket generellt. Så att ni inte talar förbi kunden när ni svarar.

Motväga invändningen

"Om du tittar på fördelarna som vi precis talade om, hur viktigt är detta ämne för dig i jämförelse med fördelarna?"

- ▶ När en invändning är ett sant konstaterande.
- ▶ Skapa en balansräkning där det positiva uppväger invändningen.
- ▶ Används för att svara på invändningen.

Tekniker för hantering av invändningar

Föregripa

"Nu frågar du dig säkert ..."

- ▶ Alltid när det finns risk att en invändning formuleras i kundens huvud men inte uttalas av honom. I detta fall skulle han inte längre lyssna på vad du säger.
- ▶ Som indirekt deltagande av kunden (↓ dialogfunktion), när han är mycket lugn eller gör få eller inga invändningar.

Lägg på is

*"Om det går kommer jag tillbaka till denna punkt senare."
"Innan vi går in på denna punkt, bör vi först diskutera... ."*

- ▶ Notera och försumma inte att ta upp punkten igen. Använd alltid denna taktik när du först måste reda upp grundläggande information för att kunna besvara invändningen och/eller när invändningen då för det mesta besvaras av sig själv.
- ▶ När du vill vinna tid, eftersom du inte har ett lämpligt svar på lager.

Viktiga inblickar | Hantering av invändningar



Håll dig lugn

Håll dig lugn, undvik känslomässiga reaktioner.

Lyssna

Lyssna uppmärksamt.

4 tekniker

Använd de 4 teknikerna för att hantera invändningar och öva in dem i förskott.

Min personliga ageringsplan

Mina viktiga insikter	Att göra	Tills när	Mitt mål

Praktisk övning – Alla ämnen



Praktisk övning

- ▶ Du har nu möjligheten att öva på ett fullständigt besök hos handlaren
- ▶ Dela upp gruppen i säljare, handlare och observatör
- ▶ Läs igenom handlarens faktablad och utdraget från Festool connect och diskutera i gruppen vad du vill tala om under mötet med din handlare och vad du ska uppmärksamma när du kommer fram till handlaren.
- ▶ Inled mötet efter förberedelsefasen.
- ▶ Ge en feedback genom att beskriva (och bedöma) presentationen. Använd coaching-kontrollistan som en vägledning.
- ▶ Sammanfatta dina slutsatser och byt roller i gruppen.

Sammanfattning av den här utbildningen



VI Sammanfattning och personlig ageringsplan



Individuellt arbete

- Samla dina insikter från ageringsplanerna som du fyllde i efter varje kapitel och skapa en specifik personlig ageringsplan

Min personliga ageringsplan

Mina viktiga insikter	Att göra	Tills när	Mitt mål

Feedback day 4



Plenar feedback

- ▶ Vilka insikter fick du från den här utbildningen?
- ▶ Hur kan du använda de här insikterna i ditt dagliga arbete från och med i övermorgon?

Sammanfattning av den här utbildningen

- ▶ Steg 4: Fördjupande av "Första kontakt"
- ▶ Steg 5: Konversation – Fördjupande av "Behovsanalys"
- ▶ Steg 5: Konversation – Fördjupande av "Övertygande"
- ▶ Steg 5: Konversation – Fördjupande av "hantering av invändningar"

