



morgendagens
salg

Sådan erobrer du nye kunder post corona

Relevans ?

Gode til at....



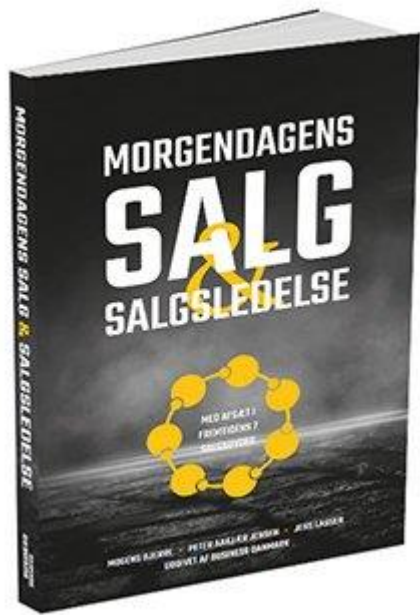
...fastholde omsætning til eksisterende kunder



...sælge mere til eksisterende kunder



...tiltrække nye kunder



Bogen om det bedste salg

350 siders opskrift på, hvordan du tackler salgets 7 vigtigste udfordringer og kan blive 4 gange bedre til nysalg, mersalg og fastholdelse af salg til kunder

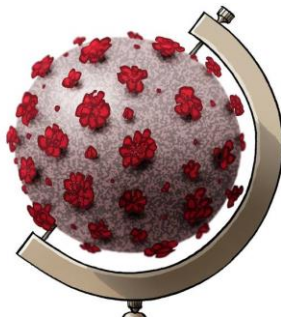


...og i slipstrømmen af webinarret i går:
"Aldrig mere kold canvas"

Mindre investeringslystne, og langt mere risikoaverse, kunder – med længere beslutningsprocesser

Kunder som er ramt på likviditeten

Lande som åbner op i forskellig hastighed



Sårede og desperate konkurrenter på jagt efter omsætning

Nye compliancekrav

Forstærket digitalisering

57%

af købsprocessen er foretaget inden en sælger er involveret

6,4

personer er i et typisk B2B købscenter

76%

stoler på en leverandør anbefalet af deres netværk

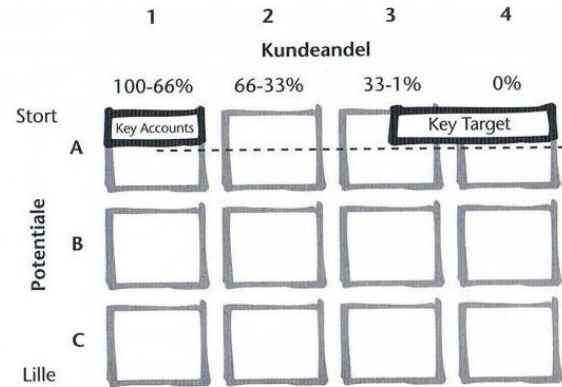
90%

af beslutningstagere siger, at de aldrig reagerer på kold kanvas

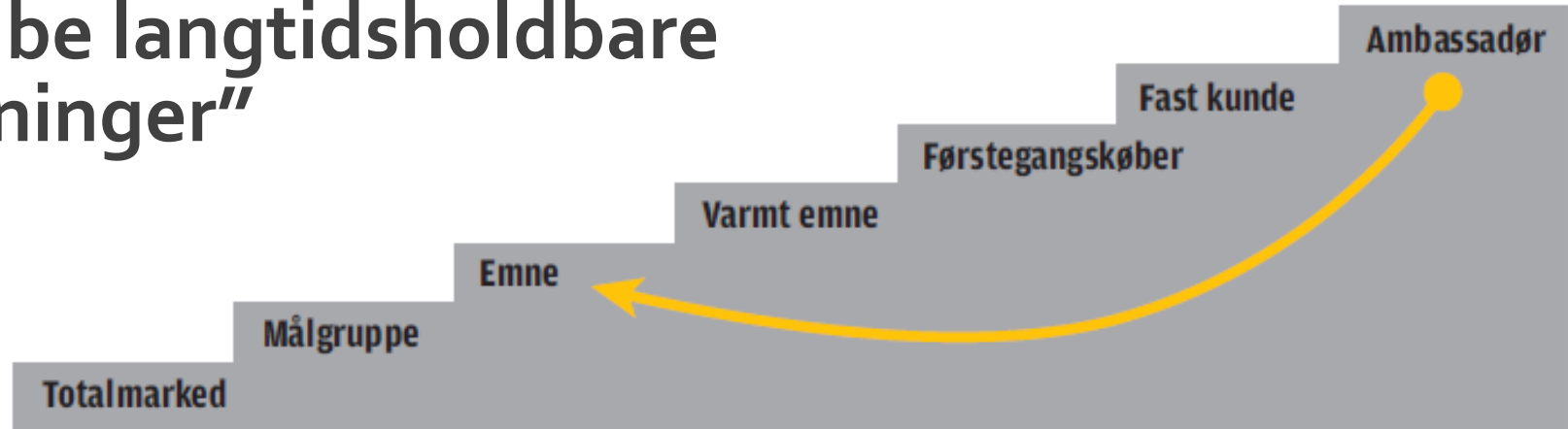
74%

af køberne valgte den leverandør, der var først til at give dem værdi og indsigt

Selv om fokus er på første halvdel af salgstrappen, må arbejdet gerne tage udgangspunkt i bevidstheden om "at skabe langtidsholdbare løsninger"



Segmentering og målgruppevalg



Tre fokuspunkter

- ◆ Træf bevidste strategiske valg
- ◆ Praktiser netværkssalg (og social selling)
- ◆ Hav et skarpt værdibudskab

Bevidste strategiske valg:

Se i to retninger – Corona har ændret mange af forudsætningerne

Markedets / kundens / kanalens "attraktivitet"

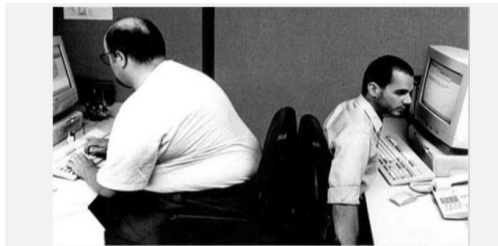
(se "udad")

Stor	C	B	A
Mellem	D	C	B
Lav	D	D	C
	Begrænset	Mellem	Stort

Markedets / kundens / kanalens "fit"

(relativ konkurrencekraft)

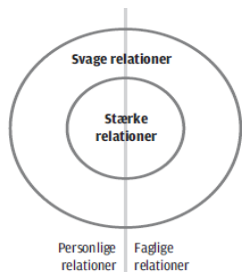
(ser "indad")



Bare fordi du er stor er du ikke nødvendigvis lækker!

Netværkssalg

- ◆ Bevidst og systematisk arbejde med det formål – gennem tillidsfulde relationer – at få sit netværk til at hjælpe eller anbefale en i en salgsmæssig sammenhæng
- ◆ 80-90% af nye kunder kommer via netværk! (Netværks Akademiet)
- ◆ 80-90 % af en virksomheds anbefalinger kommer fra eksisterende tilfredse kunder (Kilde: Bain & Co)
- ◆ Word of Mouth (anbefaling) er 10 gange så effektiv som traditionel markedsføring.” (Kilde: Wharton School at University of Pennsylvania)
- ◆ Den virkelige værdi ligger i netværks netværk
- ◆ Et typisk person har mellem 150 og 300 kontakter i sit netværk

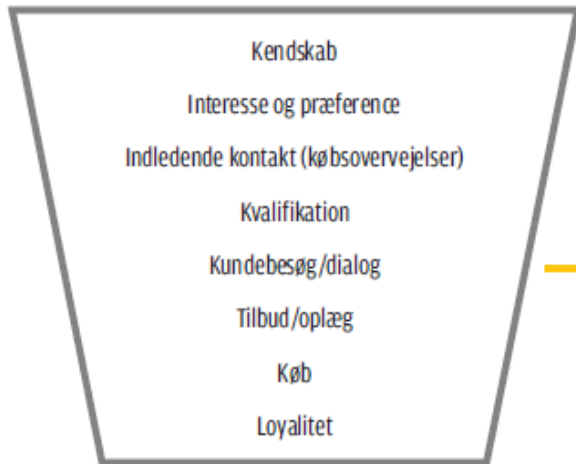


Hvad har jeg brug for?	Hvem i netværket kan hjælpe med det?	Hvilke netværkstiltag skal jeg iværksætte for at aktivere denne hjælp?	Hvornår?

Tilgang ved deltagelse i officielle netværksarrangementer:
Før: hvem er med ? – research – mål – fokus
Under: Udbytteorienteret elevatortale
Efter: Følg op

1. **Anmod selv om henvisninger:** Mere end 50% af sælgerne spørger aldrig.
2. **Spørg mere end én gang:** Statistikker viser, at hvis du beder om henvisninger to gange, får du dobbelt så mange som, hvis du kun spørger en gang.
3. **Spørg virkelig:** Spørg direkte om henvisninger. Undersøgelser har også vist, at flertallet af sælgere ikke rigtig spørger, de foreslår. De vil sige noget som "Hvis du tilfældigvis løber på nogen, der kunne bruge mit produkt vil du så have mig i baghovedet" ?
4. **Lad kunden vide, hvem der er en god henvisning:** Meget få sælgere definerer det nogensinde. De går ud fra, at modparten ved det.
5. **Giv dem tid til at tænke:** Du må ikke bede om henvisninger og stå og vente på et omgående svar. Spørg og følg proaktivt op! Lad dem vide, hvornår du kommer tilbage til dem for at få henvisningerne
6. **Tak og "beløn" dem:** Sig tak. Anerkend værdien. Giv noget igen – eller først (råd, navne, viden, artikler, særbehandling etc.).
7. **Få dig om muligt introduceret:** Et navn og telefonnummer er godt. Lov til at referere til giveren er endnu bedre. At få giveren til at introducere dig er allerbedst.

Tænk også i sociale netværk!



Marketing

Fremtiden

Gråzone

Fortiden

Salg



Decision makers rely on social media to choose between potential vendors

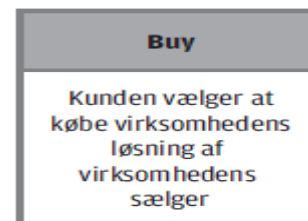
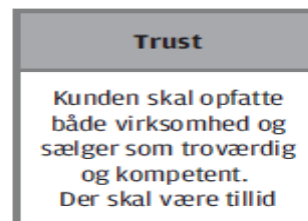
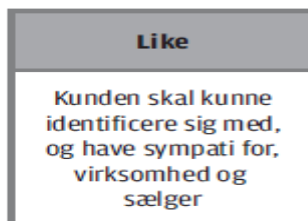
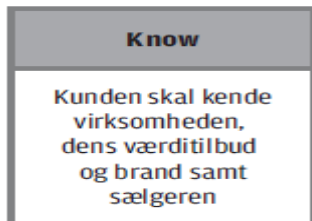


75%
of B2B buyers now use social media to be more informed on vendors

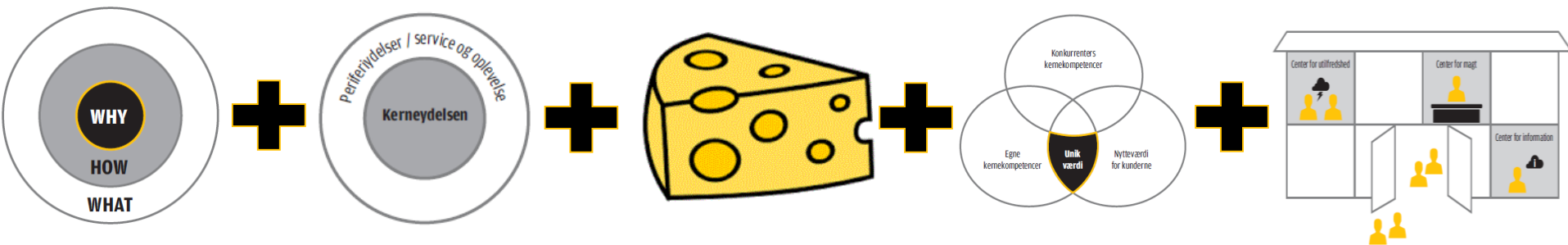
finSalesChat

International Data Corporation 2014 - Social Buying Meets Social Selling

SALES SOLUTIONS



Det skarpe værdibudskab



=

Opfattede omkostninger
- Direkte
- Indirekte

Opfattet udbytte
- Funktionelt (fornuftsbetonet)
- Emotionelt (følelsesbetonet)

Og dermed bedre klædt på til...

- ◆ At arbejde med konklusionerne fra webinarret i går
- ◆ At se frem til næste webinar i denne webinarække

Tak for opmærksomheden!



Vil du vide mere?
Find bogen på
morgendagenssalg.dk

