

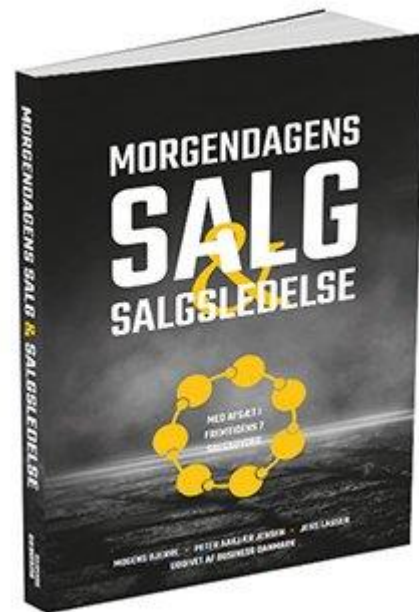


morgendagens
salg

Din guide til virtuelle kundemøder

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



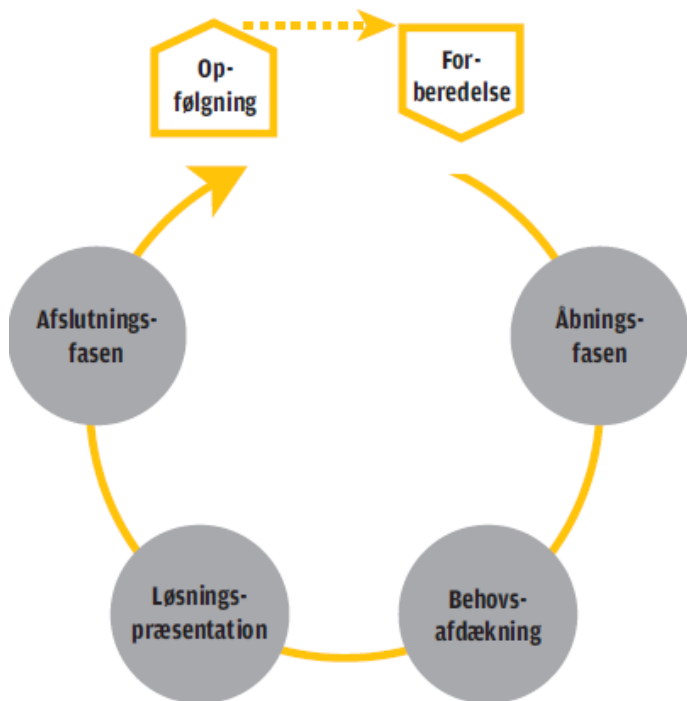
Virtuelle kundemøder...

- ◆ Kommer også i fremtiden til at udgøre hovedparten af vore kundemøder. Vi har simpelthen vænnet os så meget til fordelene det sidste års tid, at vi fortsætter nogenlunde uændret også efter at verden igen åbner op.
- ◆ Kommer til at fortsætte også i fremtiden. Men i mindre omfang end i dag – og måske mere som supplement til, end erstatning for, de fysiske kundemøder.
- ◆ Er et nødvendigt onde, som stille og roligt vil falde i betydning i takt med, at man igen kan holde fysiske kundemøder.

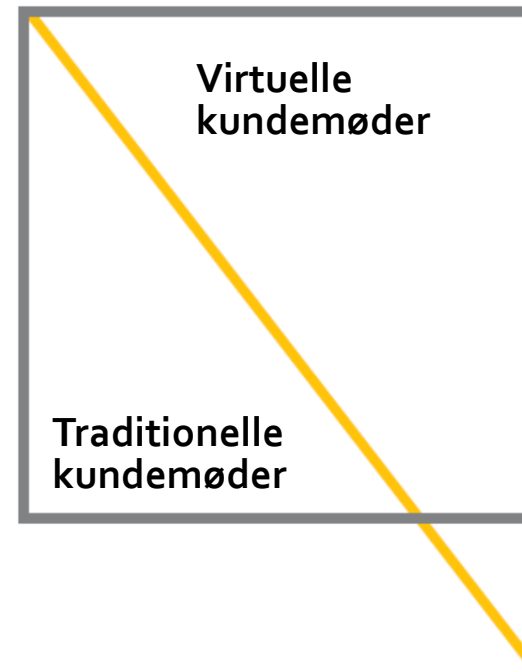
➤ Den eneste forskel på en mulighed og en trussel er, hvor hurtigt man opdager den



Den gode nyhed...



- Forberedelse
- Åbningsfasen
- Behovsafdækning
- Løsningspræsentation og indvendingsbehandling
- Afslutning
- Opfølgning



De væsentligste udfordringer...



- ◆ Eget mindset
- ◆ Det er sværere at skabe tillid og relationer (alle møder ind samtidigt, går straks i gang og small talk virker kunstigt virtuelt)
- ◆ Det er sværere at engagere kunden og fastholde opmærksomheden (virtuelle møder er mere "mekaniske", mange multitasker og det er sværere at aflæse kropssprog)
- ◆ Det er sværere at afdække kundernes behov uden at det kommer til at virke som et krydsforhør
- ◆ Man kan ikke vise sine produkter virtuelt
- ◆ Det er sværere at skabe fremdrift (virtuelle møder virker mindre forpligtende)
- ◆ Teknologien driller



Tillid og relationer...

- ◆ Connecte på LinkedIn først ? – fælles bekendte ?
- ◆ Tal "indefra og ud"
- ◆ Kunden, og kundens situation, i centrum – ikke produktet
- ◆ Forbered small talk emner!
- ◆ Check ind 5-10 minutter før start – og lad kunden vide det!

Engagement og fastholdelse af opmærksomhed...



- ◆ 30 + 3 reglen
- ◆ Italesæt mødets (WIIFM) formål fra starten – og forventningsafstem
- ◆ Brug agenda – med løbende opsamling
- ◆ Brug animationer på power points så kunden ikke læser forud
- ◆ Kontroller forståelsen og skab delaccepter (check også kropssproget)
- ◆ Kig i kameraet – og smil!
- ◆ Møder på maks. en time

Behovsafdækning...



- ◆ Forbered dig på kunden, dennes branche, situation m.m.
- ◆ Italesæt behov og formål
- ◆ Sørg for fokus også på kundens UBEVIDSTE behov – giv nye vinkler
- ◆ Brug værktøjer til at sikre nødvendige struktur – forbered og lav noter!
- ◆ Brug flere (engagerende) åbne og fremtidsorienterede spørgsmål
- ◆ Lyt aktivt!

Produkt- og løsningspræsentation

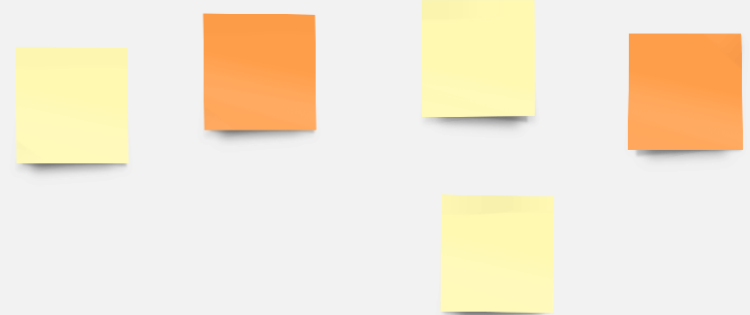


- ◆ Flyt fokus fra produkt til løsning – og skab den sammen på fælles whiteboards
- ◆ Inkluder videoer i stedet ?
- ◆ Præsenter teamet som skal levere løsningen
- ◆ Tal hele tiden i udbytter
- ◆ Sende noget ud på forhånd ? (produkter, materiale m.m.)

- Situationen i dag
- Udfordringer
- Oversete muligheder

- Hvor vil I gerne være om 3-5 år?
- Ønskescenariet
- Fremtidsvisionen for dette område

- Potentielt udbytte
- Udfordringer der løses
- Derfor...



Fremdrift...



- ◆ Aktiver selv evt. spørgsmål og indvendinger
- ◆ Praktiser "testafslutninger" i stedet for traditionelle afslutningsteknikker
- ◆ Kontroller forståelsen og skab delaccepter
- ◆ Opsummer – med reference til agenda
- ◆ Klar aftale om næste skridt – og følg proaktivt op
- ◆ Lav referat

Teknologien...



- ◆ Ro i lokale – ro i baggrunden – ro i påklædningen
- ◆ Gå ikke ned på udstyr – have godt kamera, mikrofon og internetforbindelse
- ◆ Vær opmærksom på lysforholdene
- ◆ Vær klar i god tid
- ◆ Udnyt fordelene – f.eks. omkring noter, samarbejde, deltagere etc.
- ◆ Hav en plan B



- Svært at få møder (ved nye kunder)
- Svært at engagere kunden og fastholde opmærksomheden
- Svært at skabe relationer og tillid
- Øget risiko for misforståelser
- Skal lave vaner om – og kunne bruge digitale platformen
- Etc.

- ✓ Sparer penge
- ✓ Sparer tid – som kan bruges på øget kundekontakt og bedre forberedelse
- ✓ Giver grønnere profil
- ✓ Mindre ressourcekrævende betjening af C kunder
- ✓ Muligt at kvalificere et lead før egentligt møde
- ✓ Muligt at gøre brug af noter under mødet
- ✓ Nemmere at samarbejde om udvikling af fælles løsninger – og skabe ejerskab
- ✓ Muligt at adressere flere i købscenteret
- ✓ Nemmere at arbejde med team salg
- ✓ Måske nemmere at få møder i fremtiden ?
- ✓ Mere naturligt med separate behovs- og løsningsmøder
- ✓ Den nødvendige øgede fokus på struktur kan give bedre møder
- ✓ Etc.

Opsummering...



- ◆ Struktur
- ◆ Forberedelse
- ◆ Kom godt i gang!
- ◆ Udnyt fordelene
- ◆ Tag ansvar – og skab selv fremdriften

Salgslederens rolle...



- ◆ Tilpas strategien
- ◆ Gør sælgerne klar – materiale, træning og coaching – evt. "sambesøg"
- ◆ Lav en understøttende salgsproces
- ◆ Skab en lærende kultur

Tak for opmærksomheden!



Vil du vide mere?
Find bogen på
morgendagenssalg.dk

