

Teknisk salg

- Dine salgskompetencer



Gennem et individuelt og skræddersyet træningsforløb opnår du en dyb indsigt i din egen adfærd, så du også bedre kan afkode og forstå andres. Du får viden om, hvordan du bedst behandler kunder ud fra hver deres udgangspunkt og præferencer.

Du får kommunikationsværktøjer og færdigheder med henblik på at lede salgssamtalen i en ønsket retning samt sparring til, hvordan din personlige salgsindsats kan gøres mere produktiv og udvikles til fordel for både dig selv og din virksomhed.

Du vil få ny viden om, hvordan du arbejder med forskellige typer af kunder ud fra deres individuelle præferencer samt viden om, hvordan du kan bruge spørge- og lytteteknik aktivt i salget. Du bliver coachet i salgsopgaven og kommer til at arbejde med indsats- og målstyring, så du opnår den størst mulige succes i salget.

Du kommer i høj grad til at arbejde med dine praktiske færdigheder. Gennem teori, øvelser og afprøvning af det lærte i "feltet" vil du opleve, at du løbende udvikler nye salgskompetencer og dermed straks efter vil se effekten af det lærte.

Målgruppe

- Den erfarne sælgende tekniker eller fagkonsulent

Du er vant til kundekontakt i dagligdagen som tekniker eller fagkonsulent. Du har allerede flere års erhvervs erfaring, og måske har du tidligere i din karriere deltaget i åbne salgskurser.

Du ønsker at styrke dine salgskompetencer gennem et individuelt og personligt træningsforløb, hvor du lærer mere om dig selv og opnår en bedre forståelse for dine kunders adfærd.

Du er nysgerrig på, hvordan du mere aktivt kan bruge sproget og kommunikationen i salget, og hvordan du skaber gode salgresultater på en produktiv og styret facon.

Om du er tekniker, fagkonsulent eller sælger er ikke afgørende for din deltagelse, men for optimalt udbytte bør dine kunder befinde sig på B2B-markedet.

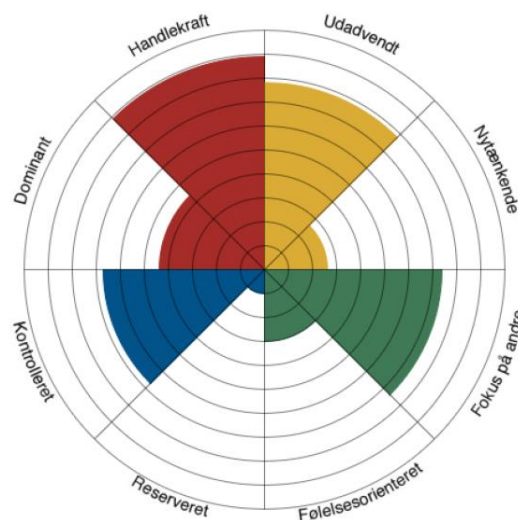


Beskrivelse af træningsforløb over fire moduler

Modul 1

- Kendskab til din egen adfærd som sælger lærer dig at forstå dine kunder bedre

- ❖ Udfyldelse af online spørgeskema inden forløbet. Bruges som grundlag for udarbejdelse af din personlige adfærdsprofil.
- ❖ Introduktion til forløbet samt etablering af et fælles billede af nuværende erfaringer med salget i eget regi og afstemning af forventninger til udbytte.
- ❖ Introduktion til adfærdsprofiler, menneskers foretrukne adfærd og arketyper hos kunden, gestikulation, sprog, mimik og mulige interventioner, der har betydning for salget.
- ❖ Tilbage melding på din egen adfærd. Hvilke præferencer er naturlige hos dig, og hvilke er ikke? Hvordan passer dette sammen med din rolle som sælger, og hvad kan du blive endnu dygtigere til?
- ❖ Øvelser og hjemmeopgave tilpasses individuelle behov som en central del af træningen.



8 faktor-modellen
Kilde: e-stimate

8 faktor-modellen er et af de værktøjer der bruges i adfærdsprofilering. Eksemplet illustrerer en score med størst forskel i præferencer mellem det udadvendte og reserverede område og mellem det handlekraftige og følelsesorienterede område.

Modul 2

- At kommunikere effektivt betyder at kunne lede samtalen og skabe afsæt for salget

- ❖ Opfølgning på hjemmeopgave, identifikation af læring/resultater og nye behov.
- ❖ Introduktion til at arbejde med de fem spørgsmålstyper og ti spørgeteknikker, som kan indgå i salgssamtalen. Herunder hvilke typer af spørgsmål, der egner sig bedst i forhold til den persontype, du sidder overfor.

		Spørgsmålstyper				
		Lineær	Strategisk	Cirkulær	Refleksiv	Meta
Spørgeteknikker	Spidsformulerende	☺	☺	☺	☺	☺
	Uddybende	☺	☺	☺	☺	☺
	Udfordrende		☺	☺	☺	☺
	Konfronterende		☺		☺	
	Uærbødige				☺	
	Hypotetisk		☺	☺	☺	☺
	Undtagelse		☺	☺	☺	
	Positionerende			☺	☺	☺
	Skalerende			☺	☺	
	Metaforiskabende			☺	☺	

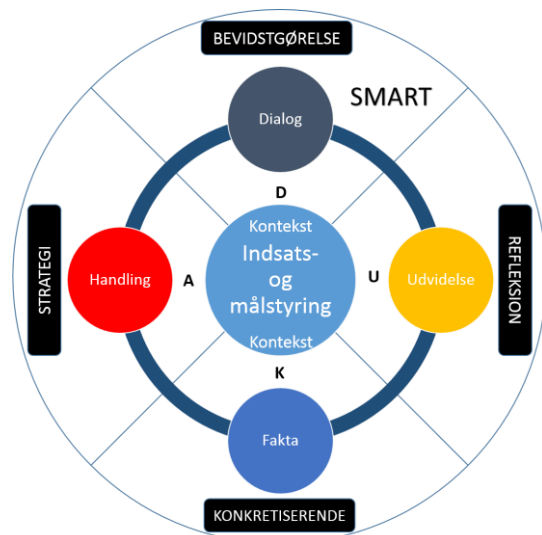
- ❖ Introduktion til "Hvordan leder jeg "slagets gang" med min kunde i salgsprocessens faser fra A-Z" og "Hvordan skaber jeg plussalg og krydssalg i samarbejdet med kunden?"
- ❖ Øvelse: Bevidsthed om brug af lineære, strategiske, cirkulære og reflektive spørgsmålstyper.
- ❖ Øvelse: Brug af spørgeteknikker i salgets faser fra A-Z.
- ❖ Hjemmeopgave tilpasses individuelle behov som en central del af træningen.

Modellen på forrige side illustrerer en naturlig sammenhæng mellem valget af spørgsmålstype og spørgeteknik. Fx vil et lineært og spidsformuleret spørgsmål som "Præcist hvor meget rabat fik I hos vores konkurrent?" kunne føre til et afvisende svar. Et positionerende og reflektivt spørgsmål som fx "Hvis ikke vi har den bedste pris, hvem har så, om jeg må spørge?" kunne måske lede til et andet og mere meningsgivende svar.

Modul 3

- Det personlige og målrettede salg - den direkte vej til en mere sælgende hverdag

- ❖ Opfølgning på hjemmeopgave.
- ❖ Vi fokuserer på, hvordan du kan opnå bedre resultater ved at arbejde med adfærd, produktivitet og indsatsstyring.
- ❖ Udgangspunktet er dig, dit job og din rolle samt dine salgsopgaver. Muligheder og udfordringer, som betyder noget for dig og dit salg, bliver trukket frem i lyset, og forslag til forandringer bliver udviklet og konkretiseret.
- ❖ Vi bruger FRAM-modellen som hjælp til at kortlægge dine udviklingsmuligheder og forudsætninger for at skabe forandring.



DUKA-modellen

Kilde: Jepsen, Gade og Simonsen, 2010

Modellen består af fire trin:

- ✓ **Forudsætninger:** Er mine kompetencer up-to-date med nutidens krav og forandringer?
- ✓ **Ressourcer:** Hvordan disponerer jeg min tid? Løser jeg de rigtige opgaver, og løser jeg dem godt?
- ✓ **Adfærd:** Holder jeg tilstrækkeligt fokus på mine opgaver – og er jeg måske selv årsag til forstyrrelser?
- ✓ **Motivation:** Hvad er vigtigt for mig som person i mit salgsarbejde? – og hvordan opnår jeg det?

DUKA-modellen (forrige side) har til formål at skabe en større vished om, hvilke indsatsområder og prioriteringer, der kan bidrage til at lede til de bedst mulige salgsresultater. Vi arbejder med bevidstgørende, refleksive og strategiske processer, som hjælper dig med at tydeliggøre hvilke forandringer, du ønsker at arbejde med, og som har betydning for dig og dit salg.

Modul 4

- Tilpasser vi efter dine specifikke behov

- ❖ Modulet kan placeres vilkårligt i forløbet, så det passer bedst til dine behov og ønsker.
- ❖ Vi arbejder med et eller flere områder, hvor du oplever et særligt behov for træning.
- ❖ Er der noget, der skal styrkes yderligere? Har du et behov for at videreudvikle områder, vi tidligere har berørt?

Praktiske informationer

- Pris, tid og sted



Forløbet består af fire fagmoduler, som typisk gennemføres med tre ugers interval. Hvert modul har en varighed på to timer, og træningen finder sted på en af vores kursusadresser. Datoer for de fire moduler fastlægges før opstart.

Modulerne starter kl. 08.00, kl. 13.00 eller kl. 17.00.

Pris kr. 17.500,- ekskl. moms.

Inkl. materialer og let forplejning (oplyst evt. særlige behov).

Tilmelding skal ske skriftligt til kontakt@induet.dk.

Faktura vil blive fremsendt ved tilmelding.

Kontakt os for yderligere information eller sparring omkring din salgstræning.

Du er også velkommen til at kontakte John O. Mortensen på +45 61 10 19 11, hvis du fx ønsker et tilpasset forløb med flere deltagere eller en kombination af individuel- og gruppetræning.