

De **3** grunde til at kunder køber:

1. **Fastholde status** quo/ nuværende tilstand
2. Få en **stærk forbedring**
3. **Fjerne** et problem

4 grunde til at kunder skifter leverandør:

1. Et **uløst** problem hos nuværende leverandør (typiske årsag)
2. En **markant** forbedring i forhold til nuværende leverandør (ofte årsagen)
3. Regler **kræver** jævnlig udbud af opgaver (forekommer)
4. Jagten efter en **lavere pris** (sjældent den faktiske årsag)

At **sælge** er at **hjælpe**
- kunden til at tage et **valg**.

MIG-teorien

Du opfatter en kommunikation ud fra **dine værdier og holdninger**.

Du lægger ubevidst **dine værdier og holdninger** over på dem, du kommunikerer til.

Modtageren opfatter information ud fra dennes **individuelle værdier og holdninger**.

De **5** spørgsmål:

1. Hvorfor/hvad er **grunden**?
2. Hvad gør I **nu**?
3. Hvad er **godt**?
4. Hvad kunne være **bedre**?
5. Hvis du skulle vælge noget andet, hvad skulle det så være?

Kunder køber først, når de har:

- **Overblik** over hvad de køber
- Har taget en **beslutning** om at købe
- Har fået **accept** af kulturbærerne
- Har **ressourcerne** til rådighed (husk det kan være tid, mandskab, teknik etc.)
- Intet eller **lille** tab

3 regler ved kundeinteraktion:

- **Kendskab**
(Kend dig selv - dit produkt - dit marked - dine konkurrenter - priserne - alt der påvirker jeres interaktion)
- **Udfordre antagelserne**
(Adskil hvad du ved, og hvad du tror om kunden, ved at spørge)
- **Fasthold beslutningen**
(Ubeslutsomhed er enhver forretnings største fjende)



SALG & SELVINDSIG
www.salgpiloterne.dk

salgpiloterne@salgpiloterne.dk • 4121 4121