Mødet



SalgsPiloterne

Trin 1:

Vid hvad du vil tale om

Forbered dig på hvad du vil tale om.

Lav en elevatortale / salgspitch.

Forbered gode spørgsmål.

Du skal være så forberedt, at du kan have fokus på den, du taler med, og være tilstede i samtalen.

SalgsPiloterne

Trin 2:

<u>Forbered dig på hver eneste du møder</u>

Tjek hjemmesiden

Vid hvem du skal tale med

Vid hvad de har lavet og laver

Google, LinkedIn & Facebook

Trin 3:

Dit forhold til mødet

Forestil dig samtalen.

Forestil dig, at den anden er glad og interesseret i dig og dit produkt.

At I kan lide hinanden, og at der er god stemning imellem jer.

Lav *rapportøvelsen.*

Når vi kender vores forventninger har de en tendens til at blive vores virkelighed.

SalgsPiloterne



SalgsPiloterne



Hvor meget lyst har du til at kontakte ham?

0= ingen

3= gerne

5= helt vildt

SalgsPiloterne



Hvor godt kan du lide ham?

0= på ingen måde

3= OK

5= min nye bedste ven

SalgsPiloterne

Hvilken type menneske er han?

Hvordan lyder hans stemme?

Hvordan taler han?

Hvor kommer han fra?



Forestil dig at du kan lide ham

Forestil dig at han kan lide dig

Forestil dig at I har tillid til hinanden

Forestil dig at I griner sammen

SalgsPiloterne



Hvor meget lyst har du til at kontakte ham nu?

Hvor godt kan du lide ham nu?

SalgsPiloterne

Trin 4:

Når du starter mødet:

1. Præsenter dig, giv hånd, aflever dit kort til hver deltager og spørg, om du må få deres kort. Giv dit visitkort nærmest "højtideligt" til alle.

2. Spørg hvem deltagerne er, og hvad deres funktion er.

3. Gennemgå formålet med mødet, og mødets resultat.

4. Afklar længden af mødet. Det giver dig mulighed for, at nå rundt om alt det, du vil spørge og fortælle om, inden tiden er gået.

5. Lad kunden tale i starten af mødet. Stil spørgsmål om dem og deres virksomhed.

6. Vær mentalt tilstede. Lav trin 1 - 3 så godt, at du har overskud til at lytte.

SalgsPiloterne

Trin 5:

Under mødet:

1. Sørg for at se på alle deltagerne på skift.

2. Skriv noter, imens I samtaler. Vi har en tendens til at tro, at vi kan huske alt, hvad der bliver sagt og aftalt.

3. Lad være med kun at kigge på ”bossen”. Du kan skabe gode allierede ved, at give opmærksomhed til de ”underordnede”. Ofte vil cheferne bagefter spørge de andre, hvad de syntes om dig og mødet.

Trin 5.1:

Købsledelse

Altid som en "dans" aldrig som et låst system:

Hvorfor tog du mødet?

Hvad gør du i dag?

Hvad er du glad for?

Hvad har du af udfordringer?

Hvis du skulle købe af en anden leverandør, hvordan skulle denne være?

Har du besluttet om du vil skifte leverandør?

Hvad skal resultatet af et skifte være?

Hvad er din største udfordring i øjeblikket?

Hvad er vigtigt for dig i forhold til (emne/ produkt)?

Er der andre ting?

Hvorfor skulle du købe dette produkt?

Hvad er risikoen?

Hvordan sikrer vi at du får den rigtige løsning?

Hvad skal du vide for at få den rigtige løsning?

Hvad beskriv den perfekte løsning?

SalgsPiloterne

Trin 6:

Salget

Præsenter dit produkt i lyset af hvad kunden svarer på dine købsledende spørgsmål!

Nævn de ting dit produkt er ude af stand til, i forhold til de krav, kunden opstillede i købsledelsen.

Spørg ind til specifikationer.

Spørg ind til budget.

Spørg om ordren.

Afklar brief på dit tilbud, hvor, hvornår og hvordan du afleverer tilbuddet til kunden, og hvem der skal være med.

SalgsPiloterne

1. Hvorfor/Hvad er grunden?
2. Hvad gør du nu?
3. Hvad virker godt?
4. Hvad kunne være bedre?
5. Hvis du skulle skifte, hvad skulle det så være?

SalgsPiloterne

Trin 7:
Afslutningen

1. Summer op på hvad I har talt om, brug dine noter.

2. Spørg ind til, hvad der skal ske nu? Konkret dato og tid for næste møde, kontakt eller tilbudsaflevering.

3. Spørg, om der er noget du har glemt, at spørge om, og om der er noget de har glemt at spørge dig om.

4. Hvis mødet har været godt, så stil et sidste spørgsmål. ”Kender du nogen der kunne være interesseret i dette produkt, og som du vil henvise mig til?”

SalgsPiloterne