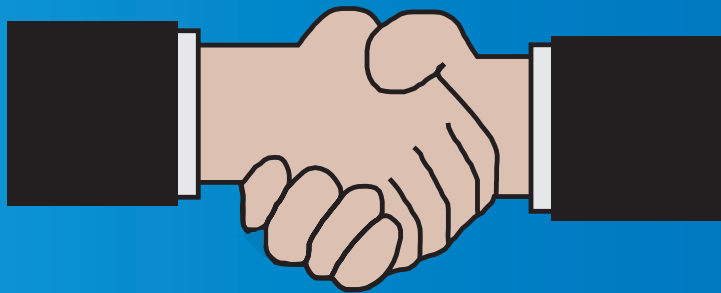
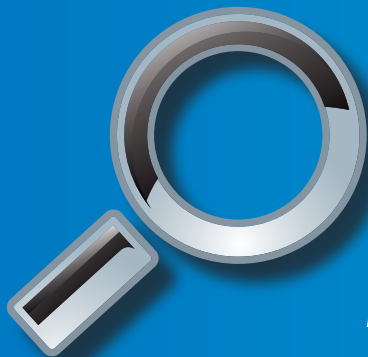


II
SÅDAN!
... afholdes kundebesøget





Kære læser ...

Vi håber at du har fået så god inspiration og succes efter at have læst "SÅDAN! ... booker du dine møder", at du nu er klar til få succes med dine kundebesøg.

Vi har fyldt denne booklet med værktøjer og praktiske øvelser, så du er ordentligt klædt på til at møde kunderne med succes.

Med venlig hilsen


Tino Jønsson og Thomas Hjortshøj

Hvorfor er du sælger?



Har du svært ved at svare på dette, kan det være en god idé at starte med din indre dialog og begynde at skrive ned hvilke fordele og ulemper der er forbundet med dit job som sælger eller sælgende leder. Dette kan du gøre på de næste sider!

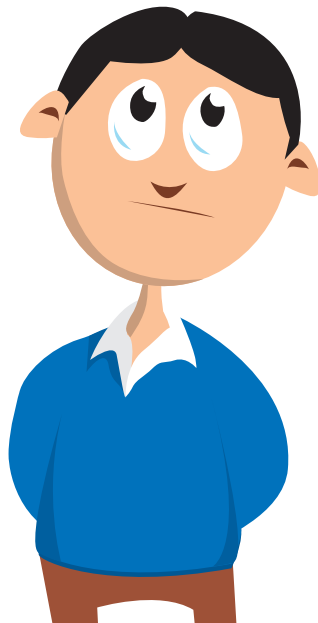
Til din orientering er det helt almindeligt at have indre dialoger! Et normalt menneske har ca. 65.000 indre dialoger om dagen, ja, nogen mener endda helt op til ca. 12.000 i timen.

Langt de fleste af disse foregår på det ubevidste plan; det er klart, ellers ville vi ikke være i stand til at begå os i en social kontekst.

Disse indre dialoger er vores indre byggesten. Det, som vores mønstre er bygget op af og derfor dem, der styrer vores liv. I perioder kan vi bruge urimeligt lang tid på at lade disse indre dialoger få frit spil og køre derudaf på frihjul.

Prøv at forestille dig, at du selv kan være "herre" over dine indre dialoger.

Der er ingen tvivl om, at når du holder fokus på, hvad du vil, hvorfor du vil det og hvad det vil give dig, er det væsentligt nemmere at finde motivationen for de ting du foretager dig i hverdagen.



Fordele og ulemper ved salgsarbejdet ...



**Fordele ved dit job som sælger
eller sælgende leder?**



Skriv så mange du kan



– gerne rigtig mange!



**Ulemper ved dit job som sælger
eller sælgende leder?**



Skriv så mange du kan



– gerne rigtig mange!

Du har nu skrevet dine fordele og ulemper ned ... ER DET SÆLGER DU VIL VÆRE?

Hvis JA ...

Prøv nu at holde fokus på alle de fordele der er ved at være sælger. Tænk på dem, mærk efter og forestil dig nu, at du fremover til enhver tid kan tænke på alle disse fordele. Dette ved vi af erfaring, vil ændre dine indre dialoger, således at det er de gode ting, du holder fokus på.

Når du holder fokus på de gode ting, vil det ændre dine indre dialoger.

Når dine indre dialoger er positive, vil det ændre dit kropssprog.

Når dit kropssprog er positivt, vil det ændre din tonalitet.*

Når din tonalitet er positiv, vil det ændre de ord du benytter.

Når du benytter positive ord, er du mere behagelig at være sammen med.

Når du er mere behagelig, er der mulighed for at få mere succes på kundebesøget.

Når du har mere succes med kundebesøget, kan det påvirke din motivation, som du kan læse mere om i næste kapital.

Hvis du ikke nåede det, kan du med meget stor fordel udfylde skemaet med dine fordele og ulemper, inden du læser videre ...

*Tonalitet betyder om din stemmeføring er: lys / mørk, blød / skrap, høj / lav osv.



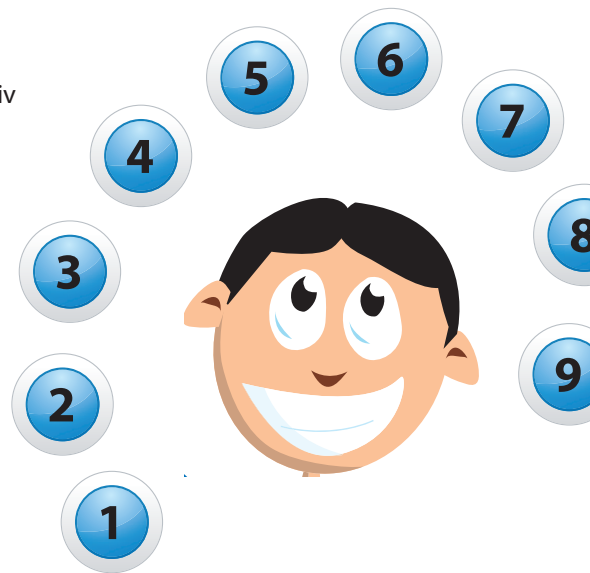
Kundebesøget

Nu er tiden kommet til at klæde dig bedst muligt på til alle dine kommende møder med potentielle kunder og som i *"SÅDAN! ... booker du dine møder"*, anbefales det at læse det hele stille og roligt igennem og udfylde de spørgsmål der er, således at du får det bedste ud af dine kommende besøg.

For at hjælpe dig bedst muligt i gang kommer her de 9 vigtigste punkter. De starter ude på kundens P-plads, går ind til mødebordet og slutter på kundens P-plads igen.

De 9 vigtigste punkter:

- 1) Kundens P-plads
- 2) Ind ad døren
- 3) Skab tillid
- 4) Vær hjælpsom
- 5) De rigtige spørgsmål
- 6) Vær nysgerrig og informativ
- 7) Repetér
- 8) Den rigtige løsning
- 9) Begynd samarbejdet





Kundens P-plads

Vi er alle forskellige og vores humør skifter jævnligt. Skiftet kan ske af ydre påvirkninger, såsom private, faglige eller andet. Eller vores egne tanker (indre dialoger), som du læste om under punktet: *Hvorfor er du sælger?* Uanset hvad dit humør er, er det nu vigtigt at du holder fokus på at have det godt.

En god måde at gøre dette på, kan være i bilen på vej til mødet. Hold fokus på at du skal ud at besøge en ny potentiel kunde. Mærk den følelse du har:

Glæder du dig?

Er du "spændt"? ... nervøs?

Uanset hvilken af ovennævnte følelser du har, er det tegn på, at du er ved at sætte dig op til mødet.

Når du nu står på kundens P-plads, skal du have i baghovedet, at det kan være at din

potentielle kunde allerede kan se dig fra vinduet! Der er intet specielt ved det, bare ha' det i baghovedet!

HUSK at slukke din mobiltelefon!!!!

Et fif til dig der er ryger:

Er du ryger, så lad være med at ryge lige ude foran din potentielles kundes virksomhed. Det kan være at han/hun er ikke-ryger, og så vil du allerede være bagud på "point".

Et godt råd er:

Lad være med at ryge i bilen. Det kan den potentielle kunde lugte!

Et fif til alle:

Har du tyggegummi i munden? Hvis ja! Så tag det ud og læg det i en skraldspand! Lad være med at smide det. HUSK ... at den potentielle kunde muligvis kan se dig.

Nu er det tid til du skal ind ad døren ...





Ind ad døren

Når du har taget fat i dørhåndtaget / trykket på knappen til døren / trådt over dørtærsklen, så sker der noget i din krop. Det er adrenalinen der begynder at sætte ind. Brug det positivt til at blive opmærksom på at rette ryggen og skærpe koncentrationen, samtidigt med at du er afslappet! Prøv at se om du kan finde denne følelse:

Hvad skal der til for at du retter ryggen?

Hvad skal der til for at du skærper koncentrationen?

Hvad skal der til for at du er afslappet?

Prøv nu at tænke godt efter ...

Hvad skal du tænke på for at du har ret ryg, er koncentreret og afslappet på samme tid?

Tag nu denne følelse med dig, smil let og gå hen til receptionen (eller til den nærmeste person), præsenter dig kort med dit navn og firmanavn og oplys at du har en aftale med _____ kl. _____.

Mens du venter på din kontaktperson, kan du kigge lidt rundt omkring. Måske er der en folder om virksomheden, et produktblad eller et årsregnskab. Tag det og kig let i det, mens du holder øje med, hvornår din kontaktperson kommer. Tag folderen med dig, for måske står der noget væsentligt i den. Om ikke andet, så viser du allerede nu indirekte at du er interesseret i firmaet som du har møde med.



En god idé

vil være at ankomme på P-

pladsen 10 minutter før mødet, så du ved at du har god tid og derved kan nå at få den rigtige følelse ind i kroppen, før du går ind ad døren.

Gå ind ca. 3-5 minutter før den aftalte tid. Dét viser, at du overholder aftaler!



3

Skab tillid

Nu er tiden kommet til at du bliver hentet; at du møder den du har det aftalte møde med. Her siger du naturligt "goddag" eller lignende, men lad nu endelig være med at være for kammeratlig (slå ikke på skulderen eller lignende) og lad være med at bruge vedkommendes navn.

Sig blot dit navn + "goddag" eller lignende og sig eventuelt det samme som den du har mødet med. Allerede nu har du fokus på personen, og det er én af vejene til at skabe tillid.

Find evt. på noget at spørge om. Det kunne jo være noget fra den folder du har kigget i eller noget den person der er i receptionen har nævnt, som f.eks.:

- *Jeg så i denne folder noget om xxxxx, hvordan gør I egentligt her?*
- *Jeg talte kort med ham / hende i receptionen og hun nævnte for mig xxxxx (og stil så et åbent spørgsmål)?*

Bemærk! Et åbent spørgsmål er et spørgsmål som personen ikke kan svare "ja" eller "nej" til. Altså, stil et hv-spørgsmål således at vedkommende naturligvis svarer, dvs. taler, for på denne måde har vedkommende det ofte godt. Nu er dialogen allerede i gang, dvs. at du har skabt tillid.

Tal med din potentielle kunde indtil I kommer dertil hvor mødet skal afholdes. Hold stilen, bevar roen og hold nu fokus på hvordan du kan være hjælpsom.

En rigtig god idé når du møder vedkommende er, at du tager en følelse ind.

En god følelse kan være:

Forestil dig når du ser vedkommende, at I trykker hinanden i hånden når mødet slutter og du siger tak for ordren og du glæder dig til samarbejdet. Dét er en rigtig god følelse at have, for den giver samtidig glæde, stolthed og energi.

Hvordan skaber du bevidst tillid i dag?

Prøv at tage den følelse du havde sidst, da du opnåede tillid til en anden person.

Det kan være til et familiemedlem, en forretningsforbindelse, en ven eller lignende.

- *Hvad skete der?*
- *Hvad var det der gjorde at du skabte tillid?*

Skriv det i punktform her:

-
-
-
-
-

Hvad vil du gøre fremover til at sikre, at du holder fokus på at skabe tillid?

- *Kan du bruge samme fremgangsmåde hver gang du skaber tillid til en anden person, eller er der forskel på hvilken type person du henvender dig til?*

Nedenfor skal du skrive hvilke ting du vil gøre for at sikre at tilliden bliver skabt hver eneste gang. Skriv det i punktform her:

-
-
-
-
-



**Sådan
skabes
tillid!**

4

Vær hjælpsom!

Hvordan er du hjælpsom i dag?

Ca. 50% af befolkningen og derved også et bredt udsnit af danske sælgere, har det helt naturligt med det at være hjælpsomme. Her tænkes på, at du helt naturligt hjælper med at hente kaffe, the, vand og hjælper med at skænke op mv.

Til dig der allerede gør dette, kan du bare springe dette afsnit over.

Til dig der er mellem de øvrige 50% anbefales det, at du tilbyder din hjælp med at hente kaffen mv.

Hvordan og hvorfor?

En rigtig god måde du kan gøre det på er, når du bliver henvist til at sidde ned og vedkommende byder dig på en kop kaffe/the eller vand, så spørg om du skal give en hånd med eller hjælpe. Dette viser at du er hjælpsom og at din potentielle kundes indre dialog allerede er bedre nu, end hvis

du bare satte dig ned. Dvs. du opbygger fortsat tillid.

Husk nu at respektere hvis personen siger at du ikke skal hjælpe! Det er jo helt OK ... ! Du kan evt. tage denne tankevækker med:

Du er ikke på hotel, du er på kundebesøg!

Hjælp signalerer at du er hjælpsom og derved signalerer du også, at du er en hjælpsom leverandør i mere end én forstand.

Hvordan hjælper du kunder i dag, når du er på besøg?

Hvordan vil du hjælpe fremadrettet?

Nu er besøget i gang og tiden er nu kommet til at stille de rigtige spørgsmål:

**Kan jeg
hjælpe?**

5

De rigtige spørgsmål

En rigtig god indledning kan være at du starter med at sige at du har været inde og læse lidt på deres hjemmeside (for det har du), men egentligt gerne vil høre lidt nærmere om hvem de er og evt. om hvor lang tid vedkommende selv har været i firmaet og evt. ansvarsområder.

På denne måde starter du med at stille flere spørgsmål, som du ved at kunden kan svare på. Via dette får du indsigt i virksomheden og personen, samtidigt med at personen taler om noget han / hun ved, hvilket skaber en rolig og behagelig stemning (tilliden fastholdes).

Herefter er det naturligt, at du ganske kort (max. 1 minut) fortæller lidt om den virksomhed som du repræsenterer. Lad os lige gennemgå tingene, så den er helt skarp: Jeg repræsenterer firmaet ... og har været ansat siden Mit ansvarsområde er at





hjælpe virksomheder til at opnå et større udbytte inden for

Hernæst er der en stor og god mulighed for at stille endnu et åbent spørgsmål.

Dette kunne være:

Hvad gør I i dag i forbindelse med indkøb af?

Eller Hvordan hjælper I jeres medarbejdere / kunder indenfor ... ?

Når du nu har stillet et spørgsmål er det både høfligt og respektfuldt at lytte efter hvad din potentielle kunde svarer!

Lyt, Lyt og lyt!

Inden vi går videre med selve spørgeteknikkerne er her lige et **fif**:

Vær dig selv, bevar roen og din nysgerighed overfor kunden. Stil åbne spørgsmål (som blev beskrevet i bogen: "SÅDAN! ... booker du dine møder"). Lyt efter, nik eventuelt anerkendende, så du på denne måde viser, at du hører efter.



Husk på!

Du skal være dig selv! Hvorfor prøve at udgive dig for en person som du ikke er? Vil du selv kunne mærke det på et andet menneske, hvis vedkommende siger nogle ting som ikke rigtigt passer til dem? Det kan den potentielle kunde også! Så vær nysgerrig og ærlig.

Husk også at tage godt med noter. Det både viser at du hører efter, samt at du kan benytte det som kunden har sagt (se punkt "7: Repetér").

6

Vær nysgerrig og informativ

I forbindelse med spørgeteknik er her nogle enkle og væsentlige punkter:

- 1) *Stil åbne og nysgerrige spørgsmål som har relevans for dig at vide. Dette for at du bedst muligt kan hjælpe vedkommende.*
- 2) *Når du har stillet et spørgsmål, så lyt efter hvad vedkommende siger.*
- 3) *Tag noter (også selv om du er god til at huske). Det viser at du er interesseret og samtidigt får du også oplyst nogle ord som den kommende kunde bruger (nærmere om dette senere).*
- 4) *Vær åben for de svar der kommer, også selv om du måske ikke synes det samme som personen synes.*

Når du bruger disse 4 punkter vil du få et klart indtryk af hvad kunden ønsker.

Du kan evt. også spørge nærmere ind til hvilke punkter kunden lægger vægt på, for at vælge sin leverandør.

Dette er nogle meget vigtige parametre og her må du mærke efter, om du kan matche kundens behov.

Husk!

Salg er at afdække kundens behov og levere det, som kunden har behov for!

Ønsker du inspiration til de åbne spørgsmål som starter med hv-ord, kan du læse mere i "SÅDAN! ... booker du dine møder".



**Vær nysgerrig
og informativ ...**



Repetér

Nu hvor du har fået spurgt godt ind til kundens behov og ønsker, er tiden kommet til at repetere (du skal ikke komme med løsninger endnu).

Måden du kan repetere på er:

Det vil sige, som jeg har forstået det, så er du interesseret i en leverandør der kan hjælpe med ... (og så repeterer du kort og præcist de ting som vedkommende ønsker).

Brug gerne de samme ord som kunden brugte før og som du skrev ned.

Du slutter af med et spørgsmål, gerne et lukket spørgsmål, som kan være:

- *Er dette korrekt?*
- *Har jeg forstået det korrekt?*

Hvis nu personen siger at det ikke er korrekt, så stiller du blot et åbent spørgsmål, hvor du evt. kan spørge på følgende måde:

- *Det må du undskylde! Så er der noget jeg ikke helt har fanget / forstået.
Hvad er det helt præcist som ikke er korrekt?*
... og så starter du blot stille og roligt forfra med dine åbne og nysgerrige spørgsmål.

Bemærk!

Sig endelig ikke: *"Det må du undskylde, så er der noget du ikke har fortalt mig ordentligt!"*

Når nu kunden har fortalt det der før blev misforstået, repeterer du roligt igen: *Som jeg har forstået det, vil det sige, at du er interesseret i en leverandør der kan hjælpe med ... ? Er dette korrekt?*

Hvis "ja" så fortsætter med punkt "8: Den rigtige løsning", hvis "nej" så må du spørge ind igen.

Nu er tiden kommet til at give kunden den rigtige løsning.



HUSK!

At stille nysgerrige og rolige spørgsmål, så du ikke bare "skyder" spørgsmålene af sted. Kunden er jo ikke i retten, så tag det roligt og vær oprigtig nysgerrig.



Den rigtige løsning

Du har nu fået afklaret præcist hvad kundens behov er. Du har repeteret det og din kommende kunde har sagt at I er enige. Så er det nu du skal komme med den rigtige løsning, der passer til kundens behov.

Når du har præsenteret den rigtige løsning, er det så at spørge kunden om, hvad vedkommende synes om dit løsningsforslag. Det kan du gøre på følgende måde:

- *Hvordan lyder den løsning for dig?*
- *Hvordan synes du at den løsning passer til dig?*
- *Hvad synes du om mit forslag?*

Bemærk! Du har stillet et åbent spørgsmål, så nu gælder det om at være stille og lytte efter hvad din kommende kunde siger.

Ha' ro på. Det kan jo være at kunden skal have lov til at tænke sig om. Derfor er det ekstra vigtigt, at du bevarer roen og ikke bliver for ivrig og dermed risikerer at du begynder at tale dig ud af ordren (for det er den, der er ved at nærme sig!)

Nu er det ganske naturligt at din kommende kunde har nogle spørgsmål. Her skal du igen bevare roen, besvare spørgsmålene, og evt. spørge ind igen om der er nogle ting som der ønskes svar på.

Er der det, svarer du naturligvis og så kan du jo spørge om, hvordan det lyder for kunden?

Hvis det også lyder fint, så er det tid til at begynde samarbejdet.





Begynd samarbejdet

Som sælger er det en naturlig ting at spørge efter ordren eller spørge om hvornår I skal starte samarbejdet. Selvfølgelig kan der være mange der ikke rigtig "tør" spørge om det ... men gør det endelig! Og hvad nu hvis kunden siger "Nej"! Ja, så har du det bedst mulige tidspunkt til at spørge ind omkring det nu.

Spørg f.eks.: *Hvad er det præcist, der afholder dig for at vi starter samarbejdet nu?*

Bemærk! Det er igen et åbent spørgsmål, så nu lytter du selvfølgelig efter igen, for at vide af hvilken grund vedkommende ikke ønsker samarbejdet nu og tager en dialog om dette.

Du kan eventuelt spørge den potentielle kunde på følgende måde:
Hvad skal der til for at vi to kan starte et samarbejde?

Bemærk! Det er igen et åbent spørgsmål, gi' nu tid til at kunden kan svare og højest sandsynligt er der en god grund til hvorfor samarbejdet ikke kan starte nu. Lyt efter og hvis der ikke er mulighed for at starte nu, kan du jo spørge om:
Hvornår vil du mene, at det bedste tidspunkt vi kan starte et samarbejde på, er?

Endnu et åbent spørgsmål! Husk på, at det altid er kunden der har svarene på den rigtige løsning for dem.

Det kan jo være at kunden allerede har en samarbejdsaftale og det kan jo godt tage en måneds tid at skifte leverandør, eller vedkommende lige skal vende det med nogle andre, og derfor har behov for at få et tilbud fra dig på skrift.
Respektér det, tag det roligt og tag hjem og skriv tilbuddet.



HUSK!

Du er nu på vej tilbage til bilen/ du er fortsat på besøg. Sig evt. "Hej, hej" eller "Tak for i dag" til dem du møder i receptionen eller lignende. Vær stolt og glad, sæt dig ud i bilen og nyd den følelse du har. Kør ud til dit næste bookede kundebesøg.

*Til dig der er ryger:
Ryg ikke på vej tilbage til bilen, kunden kan måske stadig se dig.*

Motivation

Det er ganske almindeligt at mennesket både er **hen imod** motiveret og **væk fra** motiveret og begge dele virker super godt. Den bedste måde at bruge det positivt på er for det første at finde ud af hvad du primært er.



HEN IMOD motiveret

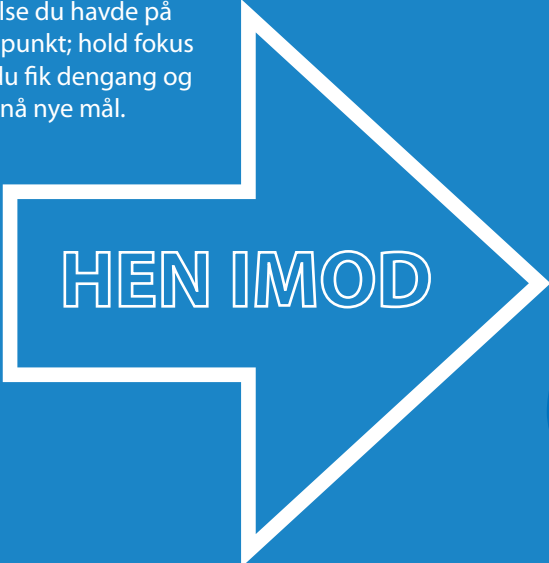
Når du er *hen imod motiveret* kan du se målet og får en god følelse. Det er dette der får dig til at "handle" (guleroden).

Eksempel:

Prøv at forstille dig at du er på et kundebesøg. Kundebesøget går rigtigt godt og du får den indtil videre største ordre med hjem. *Hvad vil det betyde for dig?* Du kan nævne det over for dine kolleger, ledelse, familie og venner. Du opnår respekt og anerkendelse. Du får måske en højere løn, som måske igen afstedkommer nyt hjem, en ny bil, anderledes ferie, bedre råd til at støtte et godgørende formål, som igen giver dig følelsen af ... Alle disse følelser påvirker din indre dialog, kropssprog m.v. Dvs. at nu kan du bruge denne følelse og via dette tro mere på dig selv og via dette have væsentligt nemmere

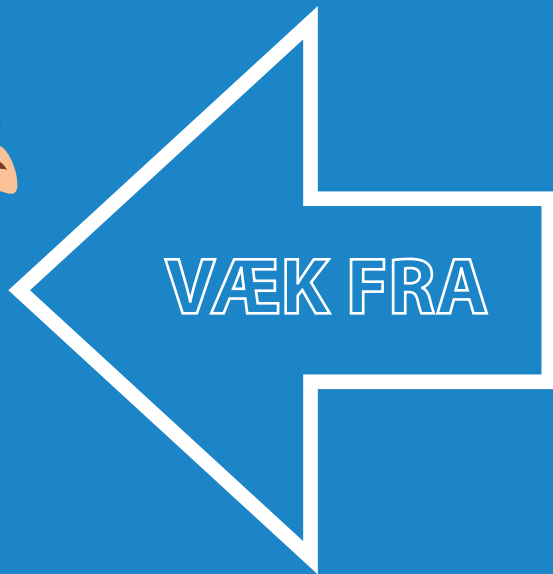
ved at booke møder, få flere ordrer osv. Ofte stilles spørgsmålet: *Jamen, sådan en kæmpe ordre har jeg ikke fået endnu!*

Nej, men du skulle gerne have oplevet successen ved at have fået en ordre (stor eller lille)! Tag nu den følelse du havde på daværende tidspunkt; hold fokus på den succes du fik dengang og brug den for at nå nye mål.



HEN IMOD





VÆK FRA motiveret

Når du er *væk fra motiveret* kan du se og mærke en ubehagelig følelse. Dette er denne følelse der får dig til at "handle" (pisken).

Eksempel:

Prøv at forestille dig, at du er på kundebesøg og du ikke får ordren med hjem. *Hvad vil det betyde for dig?*

Du føler måske at dine kolleger og ledelse kigger "skævt" på dig og din familie tvivler på dine evner som sælger. Hvilket kan medføre, at du bliver "sortseer" og din indre dialog siger: Åh nej, hvad nu hvis jeg bliver fyret, mine venner synes jeg er en fiasko, jeg må flytte, min familie forlader mig, jeg bliver ensom osv. Du opnår en tvivlende følelse, "går i frys" eller du retter dig op. Skuldrene tilbage, op med hovedet og din indre dialog siger, nu skal jeg vise mig selv og de andre, at jeg godt kan det her.

Prøv dig selv af! Find ud af om du mest er HEN IMOD motiveret eller VÆK FRA motiveret.



- Se det positive
- Mærk følelsen
- Gå efter målet

eller



- Se det ubehagelige
- Mærk følelsen
- Kom i gang med at komme væk fra den følelse.

THE "BUDSKAB"

***Hvis det du gør ikke virker,
så gør noget andet.***

*Erfaringen viser, at ca. 80 % af de
tanker og derved følelser du har,
havde du også i går!
Så hvis de virker for dig, så bliv ved -
ellers prøv noget andet!*

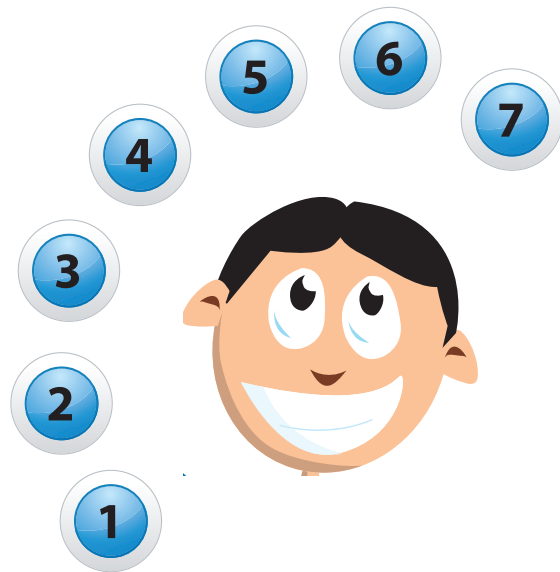


Her har du råd til kommunikation ...

Kommunikationen er altafgørende for hvordan du sælger dit budskab og får det resultat du forventer.

Derfor vil vi give dig de 7 bedste råd til den rette kommunikation:

- 1) Vær dig selv
- 2) Tro ikke, at du ved hvad andre tænker
- 3) Vær oprigtig nysgerrig
- 4) Giv klare meddelelser - **ikke** flertydige
- 5) Vær specifik
- 6) Lyt, lyt, lyt og spørg
- 7) Brug *hvordan*, *hvornår* og *hvad* i stedet for *hvorfor*





Når du har fået en masse succesoplevelser med alle dine kundebesøg, kan du tænke lidt over hvilke netværk du burde være i.

Netværk er mange gange stedet, hvor du i ro og mag, kan sælge dine produkter. Det kan virke svært, men er egentlig rimelig let, hvis du har jathatten på!

SÅDAN! ...



Her kan du skrive dine refleksjoner:

Denne booklet er den anden i serien "SÅDAN! ...", der består af inspirerende værktøjer til brug i arbejdet med salg og markedsføring. Serien er forfattet og produceret af Tino Jønsson og Thomas Hjortshøj.

Direktør og salgstræner TINO JØNSSON har gennem mere end 20 år beskæftiget sig med salg og har prøvet de fleste aspekter i salgssituationen. Tino ved hvad der er vigtigst i at opnå sine arbejdsmæssige mål og giver i dette hæfte de rigtige værktøjer til at få dem opfyldt.

Marketingdirektør THOMAS HJORTSHØJ har brugt de seneste 30 år indenfor reklame, markedsføring og afsætning. Thomas ved hvilke områder der skal skærpes når et produkt skal afsættes, og hvordan man kommunikerer med kunder og medarbejdere.

Vi ønsker at give dig de bedste forudsætninger for succes ud fra en selv-ironisk, humoristisk og energisk måde at fortælle tingene på :-)

Go' fornøjelse ...