Salgsteknikker

By:
Christina Sørensen

Salgsteknikker

By:
Christina Sørensen

Online:
< http://cnx.org/content/col11307/1.1/ >

C O N N E X I O N S

Rice University, Houston, Texas

This selection and arrangement of content as a collection is copyrighted by Christina Sørensen. It is licensed under the Creative Commons Attribution 3.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/).
Collection structure revised: May 9, 2011
PDF generated: October 29, 2012
For copyright and attribution information for the modules contained in this collection, see p. 17.

Table of Contents

1 Introduktion 1
2 Åbningsfasen (5x20) 3
3 En sskal 5
4 Spørgeteknik 7
5 EFU metoden 9
6 Indvendinger (LAER) 11
7 Afslutningsteknik 13
8 Quiz 15
Attributions 17

Chapter 1

Introduktion[1]

Vil du udvikle dig?
SalesPrep.! er et e-l, der indeholder gense salgsteknikker. Det primformål med SalesPrep.! er at give set redskab hvor de kommer i berøring med de primsalgsteknikker.

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38226/1.1/>.

Chapter 2

Åbningsfasen (5x20)[1]

Åbningsfasen er vigtig da det første indtryk skabes her. Ofte fravshvis det første indtryk ikke er i orden, derfor er 5x20 reglen helt basal.
De første 20 ord:
De første 20 ord skal vforberedt, og det er ikke "Jeg kom lige forbi."
De første 20 centimeter:
Man skal virke tillidsv, smile og se direkte på kunden.
De første 20 sekunder:
I de første sekunder må man ikke komme galt af sted
De første 20 bev:
De første 20 bevmå ikke inkludere famlende bev, f.eks. med en kuglepen mm.
De første 20 skridt:
De første skridt skal vsikre og holdningen skal vrank.

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38227/1.1/>.

Chapter 3

En sskal[1]

Når en skommunikerer med kunderne, skal man altid huske disse fire basale grundregler:
Lytte og stille spørgsmål:
Husk altid at en person kun har en mund, men to øjne og to ører. Ved at have fokus på at lytte og spørge holder man kunden som midtpunkt.
Aldrig tale om sig selv:
Det er kunden der er interessant og ikke dig, din ferie er han ligeglad med.
Ikke tale i munden på kunden:
Hvis man taler i munden på kunden siger man indirekte, at det han sige ikke er så vigtigt som det du nu vil sige.
Tale et sprog kunden forstår:
Anvend fmulige fremmedord og fagudtryk.

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38229/1.1/>.

Chapter 4

Spørgeteknik[1]

Safdkundens behov ved hjaf to grundlspørgeteknikker:
Informationssøgende spørgsmål:
Informationssøgende spørgsmål afdkundens købsmotiver. (HV spørgsmål: hvad, hvornår, hvordan, hvorledes). Eksempler: Hvad ldu mest vpå når du skal vleverandør? Hvem plejer i at handle hos? Hvor meget skal i bruge? Hvilke betalingsbetingelser er i vant til? Hvornår skal i bruge det? Hvad plejer i at bruge mest af?
Acceptsøgende spørgsmål:
Acceptsøgende spørgsmål, spørgsmål som kunden kun kan svare ja til. Eksempler: Er det ikke korrekt at der er en sammenhmellem pris og kvalitet? Du nat du skal bruge det i uge xx er ons i uge xx OK? Du nat leveringstid er vigtig for dig. Er en uges levering OK? Du nat du er vant til 8 dage i 2% i betalingsbetingelser. Er 8 dage – 3% ikke bedre? Du nat du normalt bruger Leverandør XX og YY. Men hvad siger du til at have en leverandør som har hele produktpaletten? Kunne det ven fordel for dig hvis vi kunne reducere dit varelager med 33%?
Købsmotiver:
Band Wagon (du køber et produkt eller et m, som alle de andre også har), Snob (du vet produkt eller et m, som alle de andre ikke kender eller foretr), Veblen (du vdet dyreste mfor at kunne prale med prisen, men kvaliteten er ofte også i top), Thrifty (du vdet billigste m- for at kunne prale over for andre med, hvor billigt du fik produktet) - udover købsmotiverne kan leveringstid, betalingsbetingelser osv. også vaf afgørende betydning.

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38230/1.1/>.

Chapter 5

EFU metoden[1]

Efu metoden er en model der sikre at man kommer et produkts egenskaber, fordele og produktets betydning for kunden.
Egenskaber:
(Hvad er det?) Eksempler: 1. Termostat ventil - 2. Fast pris på elektricitet - 3. Bluse fra H og M
Fordele:
(Hvad kan det?) Eksempler: 1. Programmerbar tidsstyring - 2. Kender pris på lang sigt - 3. Smart og billig.
Udbytte:
(Hvad betyder det for dig?) Eksempler: 1. Lavere varmeregning - 2. Kan budgettere omkostninger - 3. Smart og billig.

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38231/1.1/>.

Chapter 6

Indvendinger (LAER)[1]

Hvis en kunde har indvendinger omkring et produkt, kan man som sfølge nogle simple trin.
Irritation:
Vis ikke tegn på irritation.
Lytte aktiv (L):
Notere kritik uden at sige noget, der skal som udgangspunkt først lyttes.
Anerkend kundens problem (A):
Spris på at kunden siger hvad der nager/skaber problemer.
Efterforsk indvendinger (E):
Undersøg problemet, stil spørgsmål der går i dybden.
Problemløsning:
Et problem kan evt. løses ved at inddrage kunden, eksempel: (kunde) Der var store kvalitets problemer med jeres t. (s) Hvad ville du have gjort hvis du var os? (kunde) Jeg ville have fyret leverandøren. (s) Det gjorde vi også for et år siden.
Reager (R):
Følge op og sikre sig kundens tilfredshed.

LAER modellen- en model der kan bruges i forhold til evt. indvendinger

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38232/1.1/>.

Chapter 7

Afslutningsteknik[1]

Der findes forskellige måder hvorpå man kan afslutte et møde eller en handel.
Den direkte metode:
Ved en afslutning efter den direkte metode kan man stille spørgsmål så som: Hvornår skal vi så levere? Er vi så enige? Etc.
Den alternative metode:
Ved en afslutning efter alternativ metoden kan man stille spørgsmål så som: Ønsker du levering i uge xx eller yy? Hvil du betale netto kontant i 5% eller 30 dage netto? Etc.
Den dobbelt alternative metode:
Ved en afslutning efter dobbelt alternativ metoden kan man stille spørgsmål så som: Ønsker du levering i uge xx eller yy? Vil du betale netto kontant i 5% eller 30 dage netto? Eller, Ønsker du at vi skal lakere eller vil du selv? Og skal vi levere vøj eller har du? Etc.
Tag-for-givet metoden:
Ved en afslutning efter tag for givet metoden kan man stille spørgsmål så som: Når vi nu leverer varen skal vi så ikke lave en test produktion sammen? Når vi nu forlanger en garanti betaler vi naturligvis omkostningerne. Når vi nu leverer skal vi så lakere eller vil du selv? Etc. – det er her vigtig altid at tale i når-form.
Opsummerings metoden:
Ved en afslutning efter opsummerings metoden kan man stille spørgsmål så som: Jamen var vi ikke enig om at levering om 1 uge var hurtigt? Vi aftalte at du kan få netto kontant -5% var det ikke korrekt? Vi aftale at prisen var 175.000 kr. var det ikke korrekt? Er der noget vi har glemt siden du ikke kan slå til? Etc. – metoden benyttes hvis kunden bakker ud lige inden accept.
Spørgsmåls metoden:
Ved en afslutning efter spørgsmåls metoden kan man stille spørgsmål så som: (Kunde) Kan man få 5% mere i rabat? (S) Er det af afgørende betydning for dig? (Kunde) Ja, (S) Fint det aftaler vi. - Her kan man også bruge andre faktorer bare de er vigtige for kunden eksempelvis leveringstid, en bedre kontant rabat, en bedre kvalitet osv.
Rådgiver metoden:
Ved en afslutning efter rådgivnings metoden kan man formulere sig som følgende: Hvis du nu bruger den nye isolator i stedet for opnår din kunde en betydelig besparelse. Samtidig bør du anvende tre lag glas da det sidste lag forrenter sig selv over ti år. Hvi s du bruger os reducerer du dit lager betydeligt da vi levere pakket pr. ordre. Etc.

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38233/1.1/>.

Chapter 8

Quiz[1]

Exercise 8.1 ***(Solution on p. 16.)***

(select one)

a) Spørgeteknik
b) Åbningsfasen (5x20)
c) En sskal

Exercise 8.2 ***(Solution on p. 16.)***

(select one)

a) EFU Metoden
b) Spørgeteknik
c) Afslutningsteknik

Exercise 8.3 ***(Solution on p. 16.)***

(select one)

a) Afslutningsteknik
b) Åbningsfasen (5x20)
c) En sskal

Exercise 8.4 ***(Solution on p. 16.)***

(select one)

a) Spørgeteknik
b) Afslutningsteknik
c) EFU metoden

Exercise 8.5 ***(Solution on p. 16.)***

(select one)

a) Afslutningsteknik
b) Åbningsfasen (5x20)
c) En sskal

Exercise 8.6 ***(Solution on p. 16.)***

(select one)

a) Indvendinger (LAER)
b) Spørgeteknik
c) Afslutningsteknik

[1] This content is available online at <http://cnx.org/content/m38282/1.1/>.

Solutions to Exercises in Chapter 8

Solution to Exercise 8.1 (p. 15)
Solution to Exercise 8.2 (p. 15)
Solution to Exercise 8.3 (p. 15)
Solution to Exercise 8.4 (p. 15)
Solution to Exercise 8.5 (p. 15)
Solution to Exercise 8.6 (p. 15)

Attributions

Collection: *Salgsteknikker*
Edited by: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/col11307/1.1/
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "Introduktion"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38226/1.1/
Page: 1
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "Åbningsfasen (5x20)"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38227/1.1/
Page: 3
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "En sskal"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38229/1.1/
Page: 5
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "Spørgeteknik"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38230/1.1/
Page: 7
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "EFU metoden"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38231/1.1/
Page: 9
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "Indvendinger (LAER)"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38232/1.1/
Page: 11
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "Afslutningsteknik"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38233/1.1/
Page: 13
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Module: "Quiz"
By: Christina Sørensen
URL: http://cnx.org/content/m38282/1.1/
Pages: 15-16
Copyright: Christina Sørensen
License: http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/

Salgsteknikker
En oversigt over seks nyttige salgsteknikker

About Connexions
Since 1999, Connexions has been pioneering a global system where anyone can create course materials and make them fully accessible and easily reusable free of charge. We are a Web-based authoring, teaching and learning environment open to anyone interested in education, including students, teachers, professors and lifelong learners. We connect ideas and facilitate educational communities.

Connexions's modular, interactive courses are in use worldwide by universities, community colleges, K-12 schools, distance learners, and lifelong learners. Connexions materials are in many languages, including English, Spanish, Chinese, Japanese, Italian, Vietnamese, French, Portuguese, and Thai. Connexions is part of an exciting new information distribution system that allows for **Print on Demand Books**. Connexions has partnered with innovative on-demand publisher QOOP to accelerate the delivery of printed course materials and textbooks into classrooms worldwide at lower prices than traditional academic publishers.