

## ***Sælgertræning af nye sælgere***

Til den nyudnævnte sælger, har vi et specielt sammendrag fra vores salgstrænings kurser i enkelt færdigheder.

Kursets varighed er på 6 dage 2 + 2 + 2 fordelt over ca. 3 måneder.

Kursets mål er at få den nye sælger til at performe hurtigst muligt. Kurset træner og lærer den nye sælger, alt hvad en sælger kan lære på et kursus. Teori afprøves i øvelser og forskellige salgsspil som videooptages.

Det kan aftales at få tilknyttet en personlig træner, som tager med på sælgeres kunde-besøg og giver efterfølgende feedback.

### **Pris:**

Prisen for 1 – 8 deltager dk.kr. 27.600,00.

Overstiger deltagerantallet 8, betales kr. 1.500 pr. ekstra deltager.

Overstiger deltager antallet 16, kommer en udgift til en ekstra underviser på kr. 5.000,00.

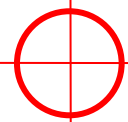
Prisen er for alle dagene og alt kursusmaterialet. Prisen er eksklusiv moms, deltager-nes transportomkostninger, fortæring i kursusperioden og eventuelle overnatninger samt leje af lokaler.

Kurserne afholdes ofte på arbejdspladsen i egne lokaler. Er dette ikke muligt, er vi behjælpelige med at bestille kursusfaciliteter.

Ønsker organisationen at sammensætte et specialforløb, bliver eventuelle mødeom-kostninger faktureret. Dette bliver aftalt på forhånd.

### **Øvrige forhold:**

Er deltageren ordblind, har læsevanskeligheder eller et synshandicap, kan deltageren meddele dette til KLAR Træning og materialer samt opgaver bliver leveret som lydme-dia.



## **Undervisningsplan i stikord**

Undervisningen og træningen er bygget op efter nedennævnte hovedområder:

### **Indledning - definition af forskellige salgsbegreber overordnet.**

#### **Din rolle som sælger:**

Signalement og sælgerstile.  
En produktbeskrivende og en problemløsende sælger samt gennemgang af EFU arbejdsprincippet.  
At kunne begå sig som sælger.

### **Salg – service – kvalitet – image:**

Kundernes forventninger.  
God service, kvalitet og image, hvordan skabes det og fastholdes det.

### **Kunde psykologi – baggrunden for et effektivt salg:**

Kend dig selv og dine kunder:  
Kundeadfærdsteori.  
En kommunikations model som salgsværktøj og forhandlingsværktøj.  
At aflæse forskellige kunders behov = en salgsargumentations kilde.

### **Mål.**

#### **Kontaktfasen:**

At opbygge kontakt og tillid, så du ikke bliver afvist.  
Dig selv og din personlige gennemslagskraft.  
At imødegå afvisninger i kontaktfasen.

#### **Behovsfasen:**

Behovs- og problemafdækning.  
Behov og motiver – motivkonflikter.  
4 mennesketyper og deres behov og motiver  
Personlig spørgestrategi.  
Kundens behov og "ikke behov."  
Hvilke behov er stærkest.  
Problemafdækning – Problemanalyse.  
Vurdering af kundens modstand.

### **Behovsoverenskomsten og dens indhold.**

### **Bedste værktøj – Spørgeteknik, aktiv lytning, indvendingshandling.**

Spørgeteknik og salgsteknik.  
Hvor i salgsprocessen anvendes hvilke typer spørgsmål mest fordelagtigt.  
Aktiv lytning: Hvad er det og hvordan kan det bruges effektivt.  
Indvendingshandling: Forskellige teknikker til de forskellige faser i salgsprocessen.

### **Præsentationsfasen:**

Planlægningen af præsentationen - Retningslinjer for en salgspresentation – Opbygning - Anvendelse af argumenter, eksempler, High Lights - Vurdering på straf og belønning - Motivation.  
Gennemførelsen af præsentationen - Foretage præsentationen af løsningen så du får accept.  
Metoden.  
Kundens bedømmelsespunkter, opgavemotiver.  
At anvende high lights  
Brugen af EFU som værktøj i præsentationen.  
Opgave behov - Personlige behov.  
Anvendelse af visuelle hjælpemidler.  
At anvende ruseteknikken og indsamle positive accepter – At sætte kunden i købsadfærd.

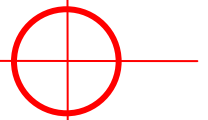
### **Første lukning – Ikke lige nu - fasen**

Indvendinger og indvendingshandlinger.  
Hvad er indvendinger og hvorfor kommer de!  
At spørge om ordren.  
Hvad købssignaler er.  
Kundens beslutningsangst.  
Hjælp til kunden i den endelige beslutningsfase.

### **Finansieringsmuligheder – leasing og beregninger.**

### **Beslutningsprocessen:**

Hvem har beslutningsprocessen – Hvem har indkøbsbeslutningen?  
Hvor er vi i beslutningsprocessen?



## **2. lukning:**

Afslutningsteknikker - Foretage lukningen af ordren.

## **Opfølgning:**

Hvad skal der følges op på?

Hvor skal der sættes ind?

At være en succesfuld sælger

Planlægning som sælgerværktøj.

Opfølgning efter en reklamation.

Opfølgning på salgscykluser.

**At håndtere mange kunde-nej'er uden at det går ud over selvværdet.**

## **Holde styr på dine salgsprocesser og din kundeportefølje:**

Personlig planlægning - Anvendelse af handleplaner – Tidsrøvere – Styring af salgscykluser – Effektiv salgstid – Gode planlægningsregler - Salg og administrative opgaver.

**At give sig selv personlig feedback.**

**Salgsspil der videooptages.**

## **Telefonsalget:**

Telefonsalgets opdeling.

Planlægning af salgssamtalen.

Appetitvækkeren.

Beslutningstagerne.

Behov og behovsafdækning - Hvordan du får accept for dine idéer.

Styring af salgssamtalen.

Modargumenter og indvendinger.

At foretage det afsluttende salg.

Opfølgning.

Mersalg.