

## ***Servicetekniker - En aktiv del af salget***

### **Opgavens start var følgende:**

Lederen:

Det er som om alt salg ligger alene på mine sælgere, selvom mange andre grupper af medarbejdere lige såvel kunne starte salgsprocesser. F.eks.

serviceteknikerne der via deres adfærd og virke, kan bidrage betydeligt til at kunden og slutbrugerne får præferencer for vores produkt.

Serviceteknikerne er en af salgets skjulte frontspidser, hvis de bliver trænet heri.

Serviceteknikere har en utrolig viden om slutbrugeren og deres forbrugsvaner. Informationer som kan understøtte sælgerens salgsproces og i mange tilfælde starte nye salgsprocesser.

Serviceteknikeren har nogle fordele som en sælger ikke altid har. De kan, hvis de vil, få en tæt kontakt til slutbrugerne. Selvom slutbrugeren ofte ikke er de endelige beslutningstagere, har slutbrugernes holdninger til produktet, og til os som en sikker og stabil leverandør, en stor indflydelse på salgsprocessens.

### **Opgaven blev løst på følgende måde:**

Der blev afholdt nogle kurser, hvor serviceteknikerne fik de nye arbejdsroller. Disse kom til debat, så forventningerne var afklaret og korrigeret, så et kompromis blev etableret. Der kom løbende opfølgninger.

### **Resultatet:**

Serviceteknikerne blev en positiv aktiv del af salget.

### **Kursusprogrammet i stikord:**

#### **Serviceteknikerens roller.**

#### **Service og kundeforventninger:**

Hvorfor fokus på service.

Hvad opfattes som god service.

Kundernes forventninger i går, i dag og en fremtidsvision.

Påvirkninger til salgsmulighederne.

#### **Salg = service = rådgivning = dit job.**

#### **Salgsprocessen set med sælgervinkel:**

Salgsprocessen og hvor du skal sætte ind.

Hvornår der skal opstartes en salgsproces.

Hvad er en salgsproces.

Hvilke andele af salgsprocessen er serviceteknikerens.

Serviceteknikerens forskellige roller, service, salg og rådgivning.

Før, under og efterkøbs situationer.

En serviceteknikers sælgerrolle - At kunne se købssignaler.

#### **Klagebehandling og vanskelige kunder:**

Problemløsningsmodeller.

Hvorfor kunden opfattes som vanskelige af os og hvorfor vi opfattes som vanskelige af kunden og håndtering af dette.

Kundernes angstfelter når der opstår problemer. Mødet med den reklamerende kunde.

#### **Kommunikation:**

En kommunikationsmodel.

Aktiv lytning og spørgeformer; værktøjer som kan optrappe eller bilægge konflikter.

Kommunikation og personlig fremtræden.

Førstehåndsindtrykkets dannelse - Sfærer, håndtryk, øjenkontakten, skabelse af tillid og troværdighed samt kompetence.

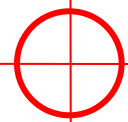
Hvordan virker jeg.

Kundens forventninger til dig.

#### **Forandringer fryder:**

Forandringer og modstand mod forandringer.

Forandringer og undskyldninger.



## **Proceskurser**

### **Hvad er det?**

Mange leder har ofte ønsker om at udvikle deres afdeling og medarbejdergruppen, til eller i mod "noget andet".

Det kan f.eks. være fordi:

- Afdelingen køre godt, og det skal den vedblive med.
- Der er nogle ikke acceptable normer i gruppen.
- Der er samarbejdsproblemer og konflikter, der er klikkedannelser.
- Der er massiv modstand mod forandring
- Der kommer en sammenlægning, en fusion.

Hertil fungerer traditionelle videns etablerede kursusforløb ikke alene.

Et procesforløb er et indspark i den ønskede retning.

Principielt er det intet til hinder for at lederen selv iværksætter disse processer.

Fordelen ved at have en konsulent på er bl.a.:

- Konsulenten er uvildig, blandt andet set i lyse af at konsulenten ikke kan afskedige medarbejdere.
- Konsulenten er ikke en del af de magtkampe, der altid er på en arbejdsplads.
- Konsulenten er ikke indhyllt i vanens mangt og eksisterende rutiner og kan derfor stille andre spørgsmål.
- Konsulenten har en større frihed til at påpege uhensigtsmæssigheder, fordi konsulenten ikke er en kollega, hvor der efterfølgende skal være et samarbejder i dagligdagen.
- Konsulenten fungerer som en sparringspartner til lederen.

Da hver proces er unik, vil kursusforløbet også blive tilrettelagt helt individuelt.

### **Hvordan startes en proces op?**

Et kursusforløb starter ved, at I kontakter os - anvend menuen 'kontakt os'.

Vi ringer til jer og hører om det aktuelle behov.

Derefter bliver der udarbejdet et udkast til forløbet der bliver sendt til jer. Dette udkast er blot en dagsorden, en inspirations til den videre samtale.

Efter denne samtale, kommer eventuelle rettelser og forløbet foreligger nu i sin endelige form.

Kurserne er altid veldokumenterede, og deltagerne får en kursusmappe de kan benytte som opslagsværk når de kommer tilbage på arbejdspladsen.

Kursets start- og sluttidspunkter, deltagerantal og hvor det vil blive afholdt, bliver aftalt individuelt. Ofte bliver kurserne afholdt på jeres adresse.

### **Hvad koster det?**

Det kan variere ganske betragteligt.

Pr. deltager ligger prisen på minimum dk.kr. 1.170, pr dag, minimums antal deltagere er 4 personer.

Dertil lægges det forbrug af varer, artikler, som processen forbruger.

Men der kommer ingen uforudsete udgifter, alt er aftalt på forhånd.