

Salg for selgere



Agenda

MULIGHET

Vi må se mulighetene - alle elsker de som finner muligheter. Dette er kanskje den viktigste jobben vi gjør - hjelper kunden til å se muligheten. MEN da må vi forstå hva problemet er.

EFFEKT

USP og PAIN - skal du gjøre en god jobb må du løse noe og gi dette EFFEKT. Relasjoner er viktige - men det kunden vil ha - er noen som løser et problem og gir effekt = verdiforslaget. Aldri vik unna dette.

INNSIKT

Finn fakta om markedet - bruk det til kunden. Innsikt bidrar til at kunden forstår mulighetene og vil være med.

PROAKTIV

Gjør noe med det ordet som alle bruker, men få lever opp til. Det er en utrolig god investering - enten du selger eller ikke. Vær der pucken kommer, ikke der pucken var.

CLOSING

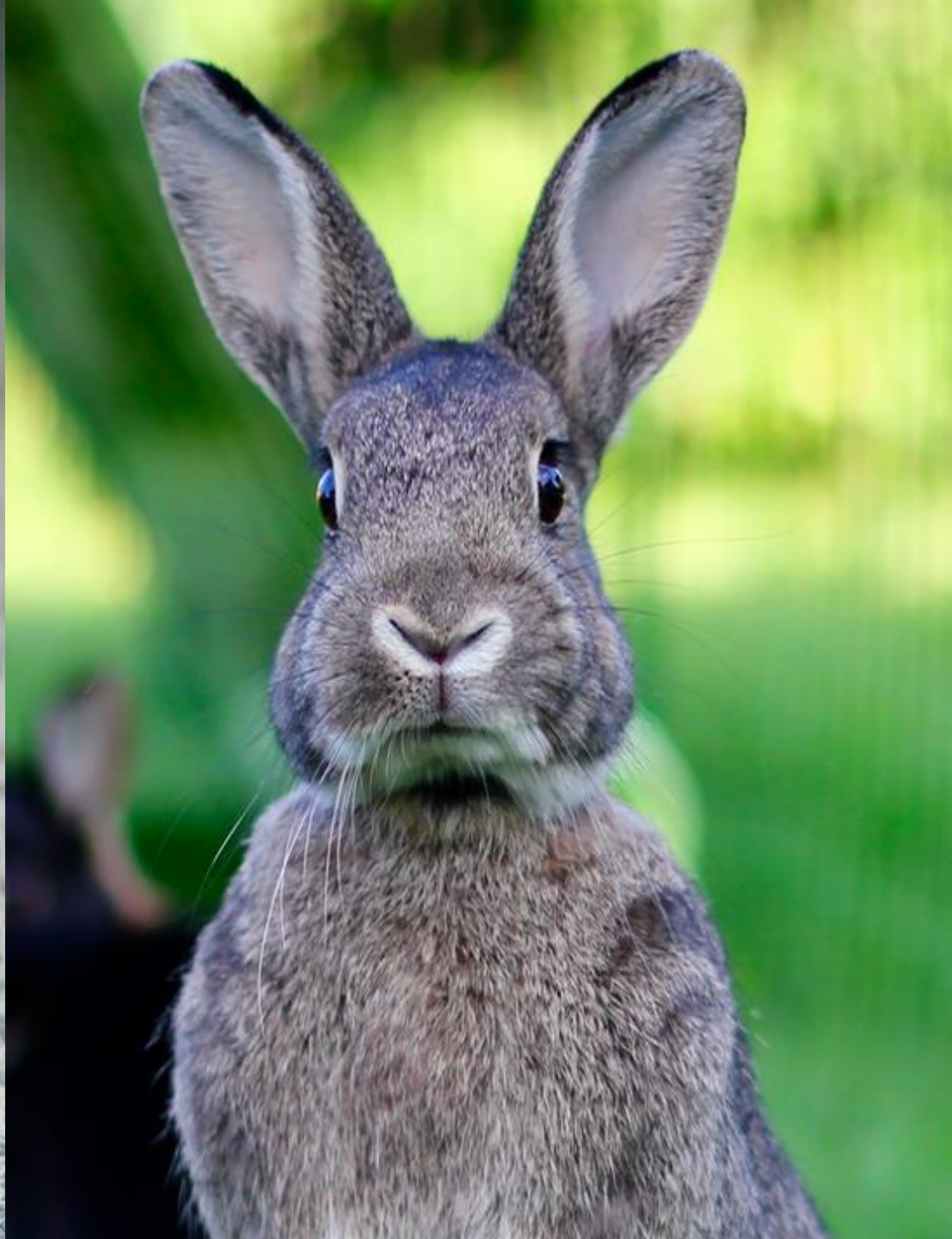
Always be closing!
Jo før du starter - jo bedre går prosessen.

*Mange synes det er veldig krevende og utfordrende å jobbe med salg akkurat nå:
Gjennom eksempler, ulike anslag, energi og humør - skal vi inspirere og motivere til godt salg!*

I LOVE SALES



Schibsted MARKETING SERVICES

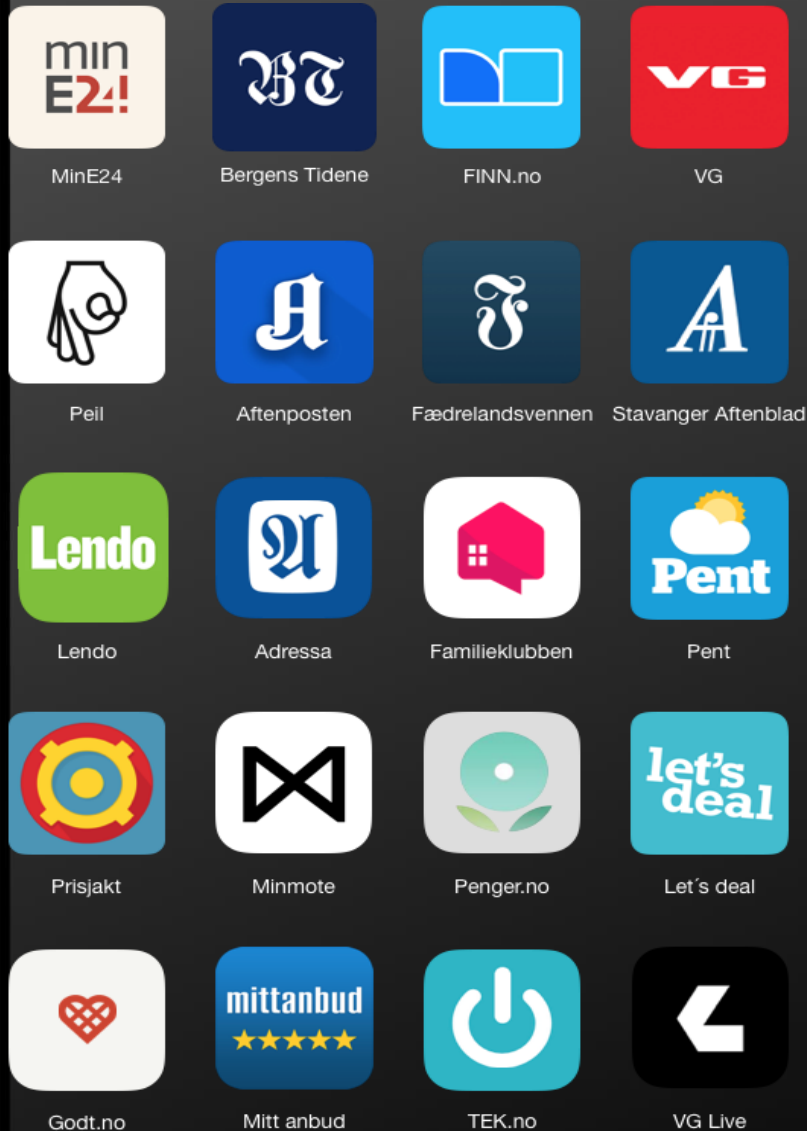


SCHIBSTED NORGE

Naturlig del av de fleste nordmenns hverdag

50% av all trafikk på norske siter

Stolte beskyttere av det norske demokratiet

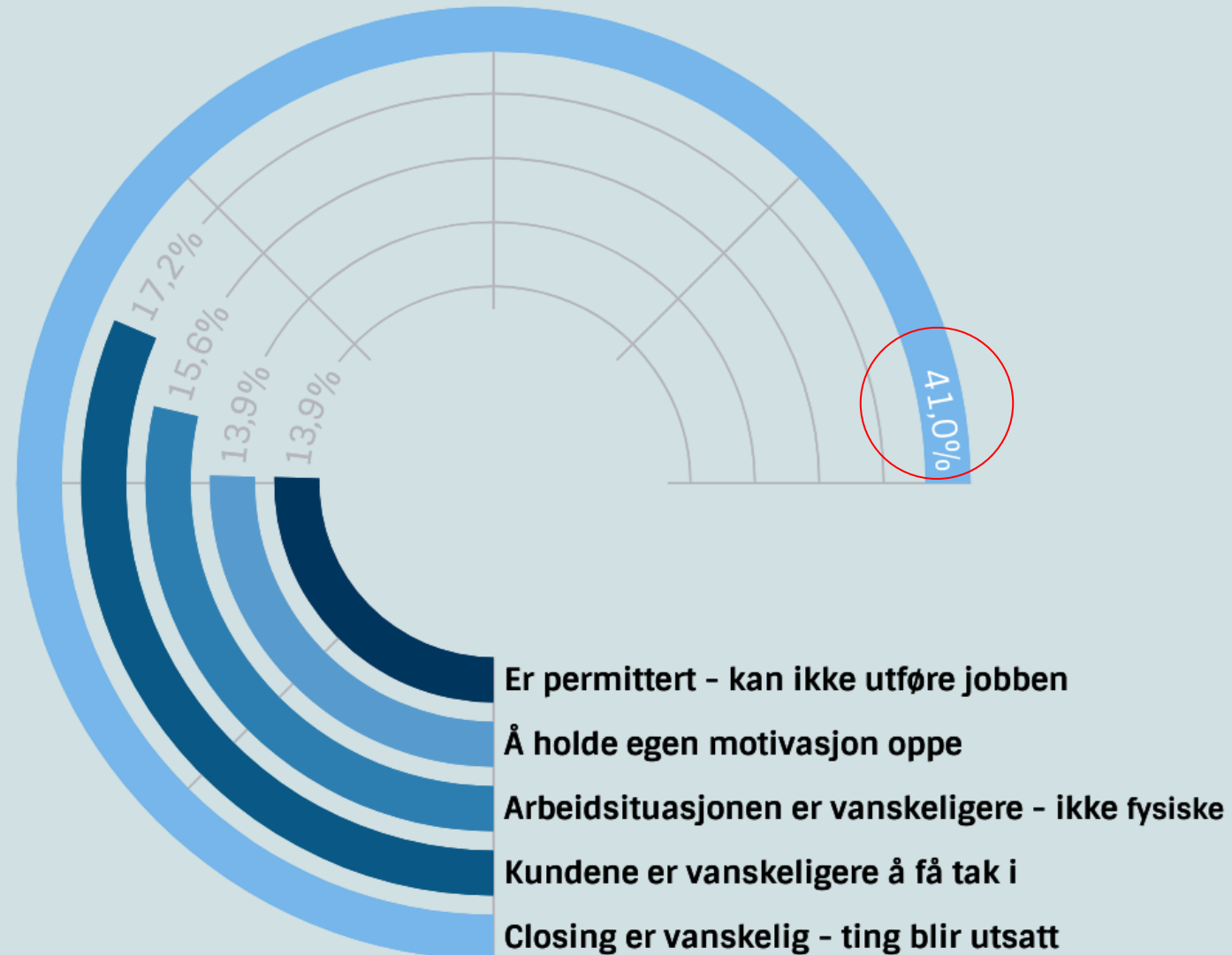






Modus & Mindset

Hva synes du er mest krevende i rollen som selger i Korona tider?



Er closing blitt vanskeligere?

- ★ Usikkerhet bidrar til utsettelse
- ★ Hvordan håndterer du utsettelse?
- ★ Kundereisen kan ha endret seg
- ★ Samhandling digitalt - kan det endre beslutninger?
- ★ Blir beslutninger tatt på samme måte?
- ★ Bør vi justere verdiforslaget?
- ★ Er verdiforslaget blitt mindre relevant?
- ★ Er konsekvensene for en beslutning endret seg?



Hva blir den viktigste innsatsfaktoren for salgsresultater frem til sommeren?



Rett Mental Innstilling

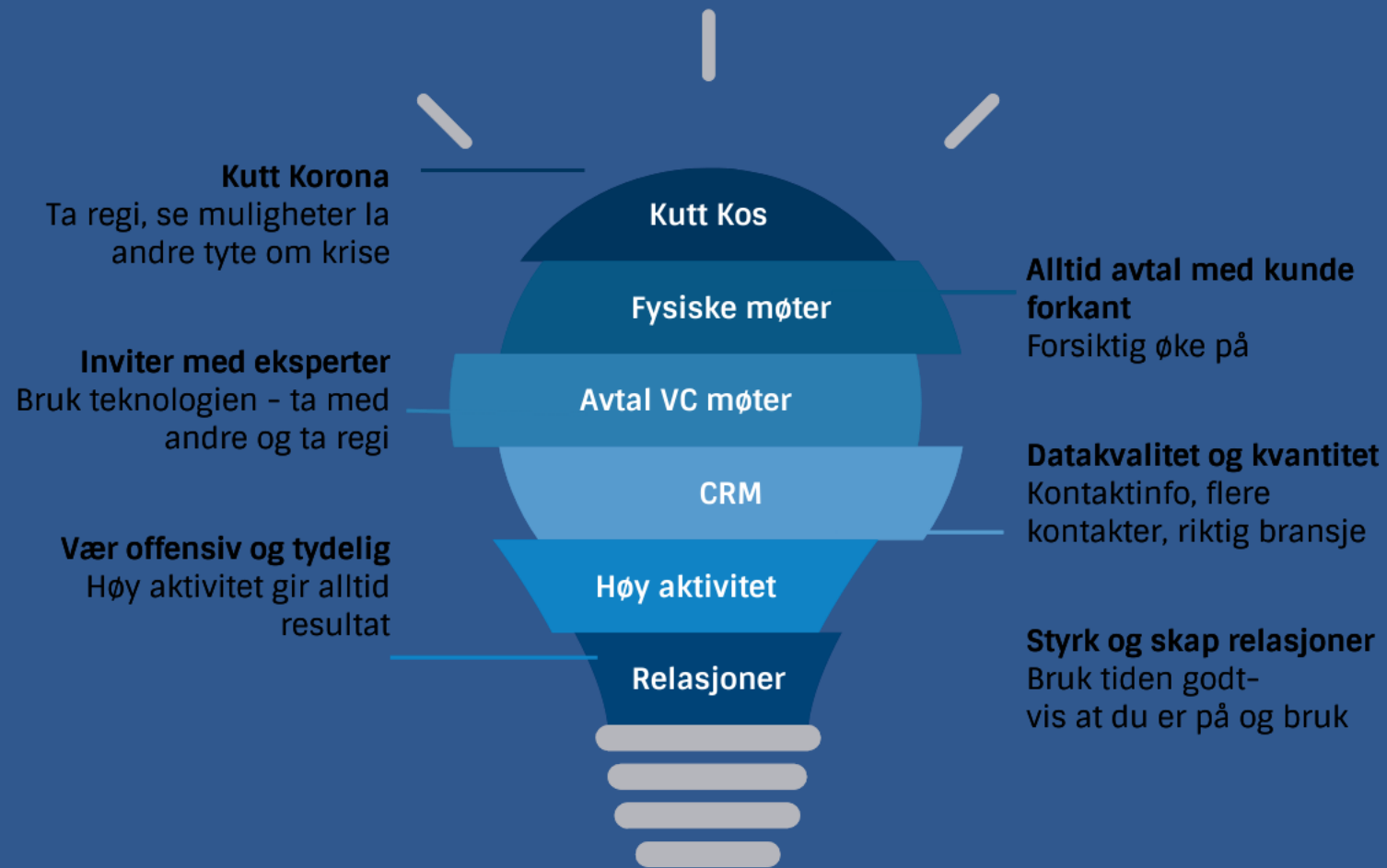
- Den første personen du må kjenne godt er deg selv.
-Selvinnsikt/Selvutsikt
- Den første personen som kan bidra er deg selv
-Selverkjennelse
- Den første personen du kan utvikle er deg selv
-Selvutvikling
- Den første personen du må like er deg selv.
-Selvbilde/Selvfølelse/Selvtillit

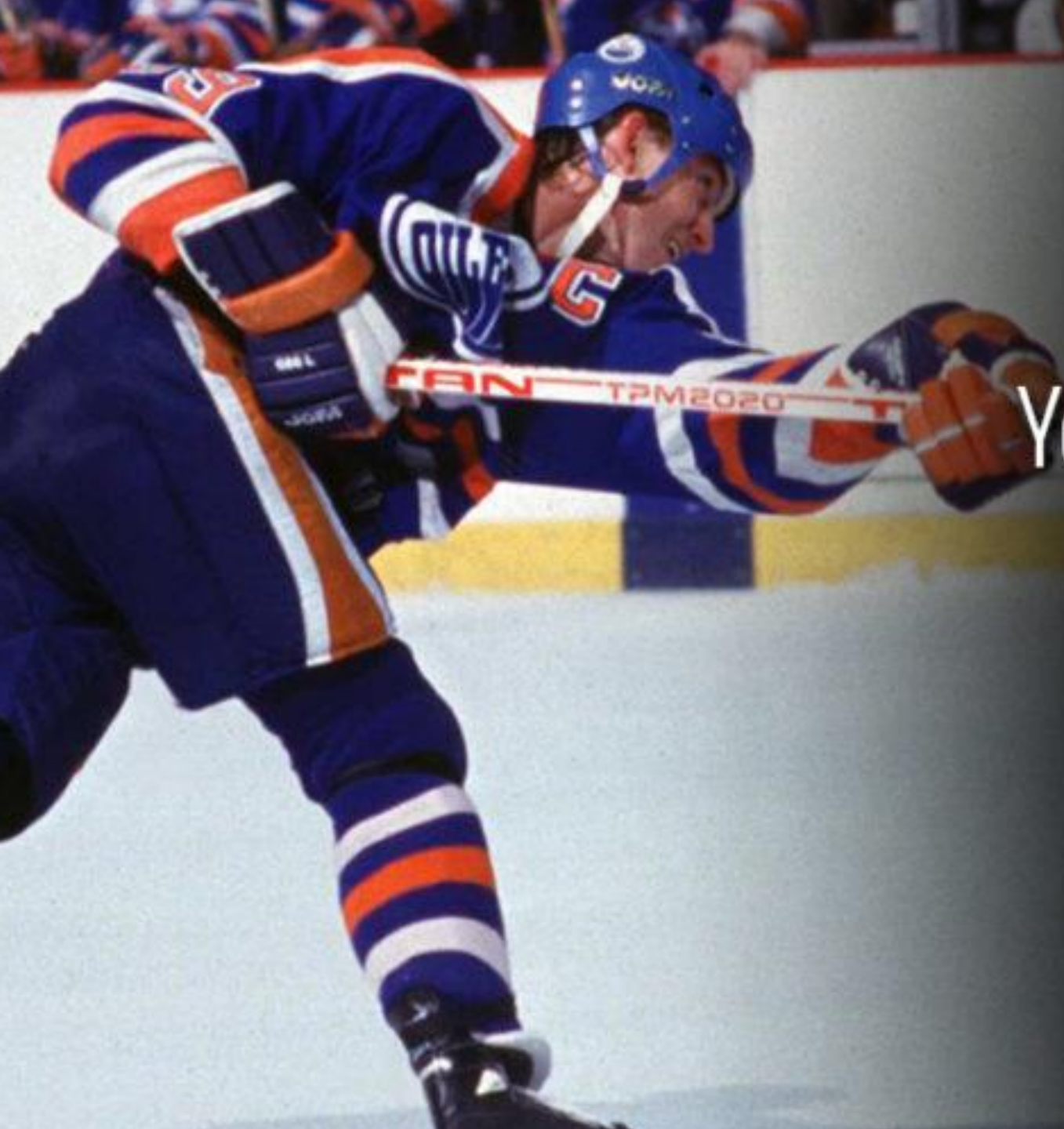


BJØRNSON
organisasjonpsykologene

TA ANSVAR FOR Å HA DET TRAVELT

Tiden DU investerer i dag, blir resultater i morgen - og motsatt





You miss **100%** of the shots
you don't take.

- Wayne Gretzky



OPPORTUNITY

MULIGHETER

Det er vanskelig å se en mulighet om du ikke ser etter!

Det hjelper ikke at du ser muligheten om du ikke omsetter den til noe kunden forstår = verdiforslag

Ingen reiser = alle er hjemme

Ingen snø = alle kan jo sykle

Kundereisen blir mer digitalt = hvordan agerer vi på det

Treningsentre er stengt = hvem ser muligheten i det

Alle skal på ferie i Norge = det skaper muligheter

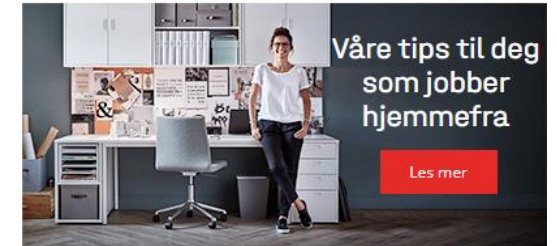
Alle på hjemmekontor = kontorutstyr, skjermer etc



HELE NORGE PÅ HJEMMEKONTOR

Det skaper nye muligheter

- Videokonferanse
- Skjermer
- Headset
- Kontorutstyr
- Båndbredde
- Takeaway & Matkasser



Slik jobber du mest effektivt hjemmefra



Ulike virksomheter har agert forskjellig på akkurat samme informasjon libsted MARKETING SERVICES

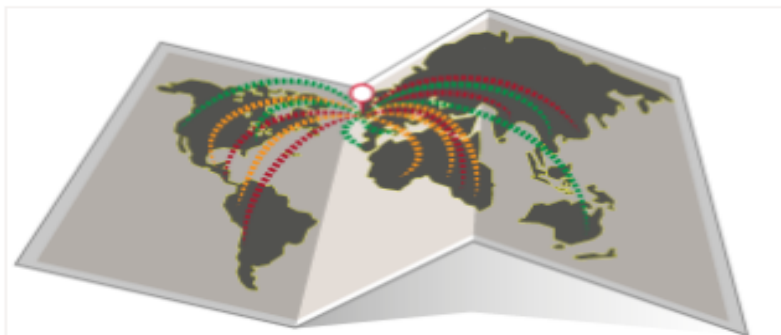


UDs reiseinformasjon

Tema

Utenriksdepartementet fraråder reiser som ikke er strengt nødvendige til alle land. Reiserådet gjaldt i første omgang fra 14. mars til 14. april men ble 3. april forlenget inntil videre. For mer informasjon se lenke i grå boks lenger ned: "Opprettholder reiseråd fra 14. mars". Se hvert enkelt land for blant annet sikkerhetsinformasjon, innreisebestemmelser og relevant informasjon om landets helsetilbud.

Utenriksdepartementet



[Om reiser og koronavirus](#)



[Velg land](#)



[Konsulær bistand og](#)



VALUE PROPOSITION



Hva skal til for å lage et godt Verdiforslag



Gründer-
kunnskaper



Verktøybruk



Evne til
kreativ tenking



Evne til
innlevelse



Evne til å
eksperimentere



NEW WAY

OLD WAY



HVA HAR ENDRET SEG FOR KUNDENE VÅRE
DE SISTE 3-5 ÅRENE?



/ HVORDAN VI SELGER / EN ANNEN MÅTE Å KJØPE PÅ /

TIDSLINJE FOR KJØPSPROSESSEN



/ HVORDAN VI SELGER / EN ANNEN MÅTE Å KJØPE PÅ /

DRIVERE I DAGENS SALGSKLIMA

Flere interessenter involvert
i kjøpsprosessen

Kundene definerer
behovene selv

Fare for at beslutninger
hovedsakelig er prisbasert

Personlighet

Kommunikasjonsteknikk

Målsettinger og
planlegging

Bransje-, kunde- og
konkurrentkunnskap

Produktkunnskap

Bedriftskunnskap

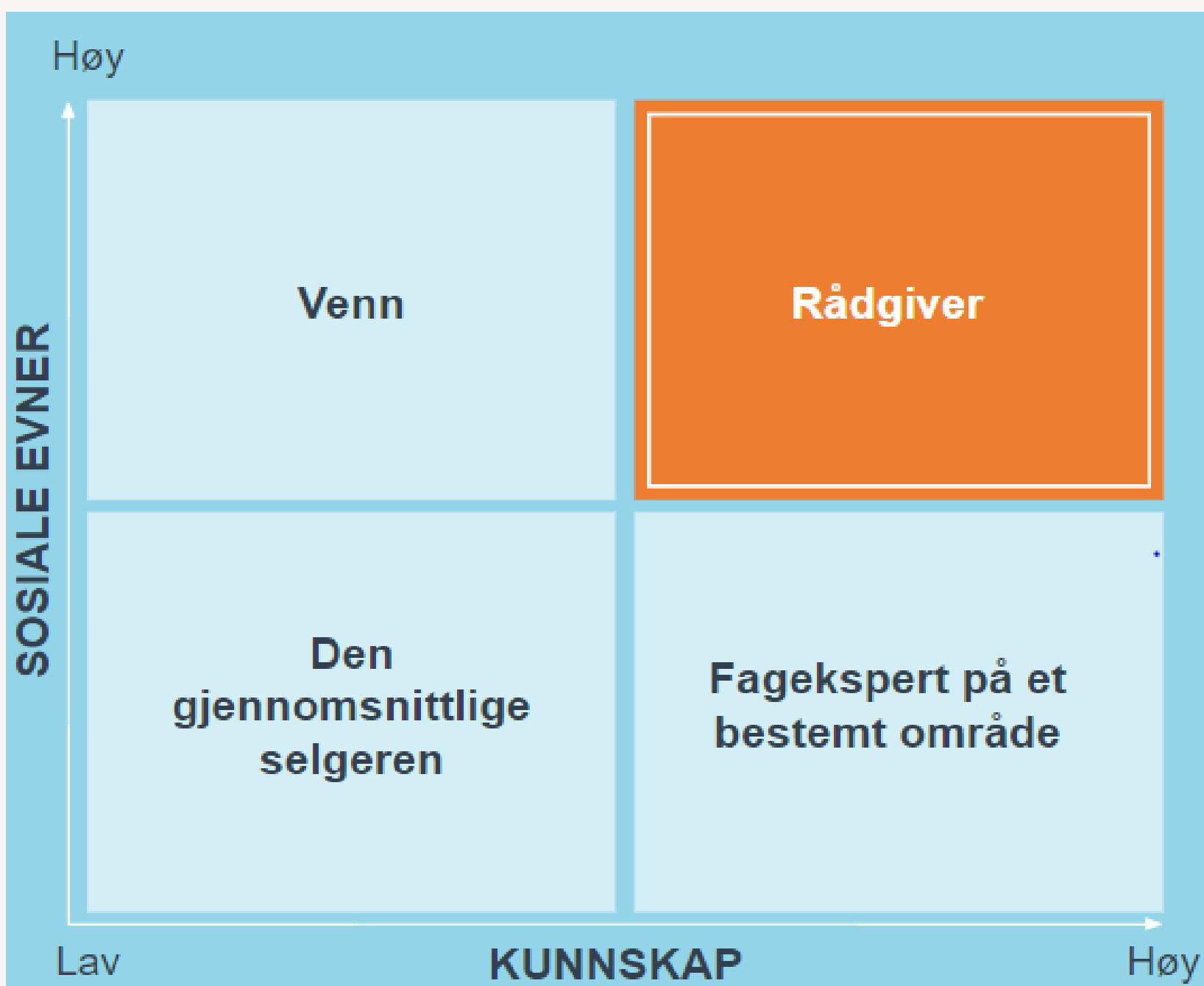


/ HVORDAN VI SELGER / HVORDAN KUNDER DIFFERENSIERER MELLOM LEVERANDØRER /

DET HANDLER IKKE OM HVA DU SELGER, MEN HVORDAN DU SELGER DET



0:01



FRA PRODUKTORIENTERT TIL KUNDEORIENTERT

"Vi har mange produkter
jeg vil snakke om ..."

"Vi har fokus på målene neste år og
utarbeider en strategi for hvordan vi kan nå
disse målene"



Produktorientert salg

Kundeorienterte tjenester

Undersøkelser 2019

REISE
BILLÅNSTRACKER
KLÆR & MOTE

Q1

SPORT
HUS & HJEM
ELEKTRONIKK
BANKUNDERSØKELSEN

Q2

NYBYGG
HANDLEVANER
DAGLIGVARE / FMCG
BILUNDERSØKELSEN
FORMATENES STYRKE: PRINT

Q3

HELSE, VELVÆRE OG
SKJØNNHET
KJØPESENTER
CROSS DEVICE
SCHIBSTED
FORMATENES STYRKE:
SPONS, DISPLAY, VIDEO
EIENDOM

Q4

VIRKE **SØK**

LOVVERK OG RÅDGIVNING TARIFF OG LØNN VÅR POLITIKK KURS OG KONFERANSER **TJENESTER**

Forsikring Rapporter og analyse Lederhuset StyreNorge HMS Biblioteket Interaktive håndbøker

Fond Nettverk Lederutvikling

Du er her: Startsidene / Tjenester / Rapporter og analyse / Konjunkturanalyser

Julehandel

Konjunkturanalyser

Retaildatabasen

Arbeidsmarkedsbarometer

Konjunkturanalyser

Presentasjoner fra Virkes konjunkturseminar

- Julehandelseminaret 2016
- Konjunkturseminaret september 2016
- Konjunkturseminar juni 2016
- Konjunkturseminaret mars 2016

VIRKE

HANDELS-

RAPPORTEN 2016/2017

Handel på tvers av lander Vekst og levedyktighet i bransjer og klæder Utvikler norsk handel 2016-2017

Kjenn på innpakning Bruk til best i verden Digitalt ikke gir besøk i fysisk butikk Kommuniser med interessebær

DIBS by @ mlt

NORSK E-HANDEL 2016

10 års jubileum

DIBS by @ mlt

TNS

NHO

Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Dagligvare- og matmarkedet 2016

Dagligvarehandelen

Regjeringen.no **Søk**

Tema Dokument Aktuelt **Departement** Regjering

Departementene >

Statsministerens kontor
Erna Solberg (H)

Arbeids- og sosialdepartementet
Anniken Høglie (H)

Barne- og likestillingsdepartementet
Solveig Horne (FrP)

Finansdepartementet
Silv Jensen (FrP)

Forsvarsdepartementet
Ine Eriksen Søreide (H)

Helse- og omsorgsdepartementet

Justis- og beredskapsdepartementet
Per-Willy Amundsen (FrP) Sylvi Listhaug (FrP)

Klima- og miljødepartementet
Vidar Helgesen (H)

Kommunal- og moderniseringsdepartementet
Jan Tore Sanner (H)

Kulturdepartementet
Linda Hofstad Helleland (H)

Landbruks- og matdepartementet
Jon Georg Dale (FrP)

Nærings- og fiskeridepartementet
Monica Mæland (H) Per Sandberg (FrP)

Olje- og energidepartementet
Terje Svaviknes (FrP)

Samferdselsdepartementet
Ketil Solvik-Olsen (FrP)

Utenriksdepartementet
Børge Brende (H) Frank Bakke-Jensen (H)

SCHIBSTED

FUTURE REPORT

SCHIBSTED BYTES
insights from product & tech

FORBRUKERRÅDET

tøi Transportøkonomisk institutt
Stiftelsen Norsk senter for samferdselsforskning

Internt panel, Konkurrentene, Branschedata, medier, Orvesto, Wheel, Interna, SCB, WARC, HUI Branchdatabaser, MMS, RMbolag, M-brain, Sifo, Mediabyråen, Årsredovisninger, Sverige, Slidshare.net, Branchpress, Analys, lycker, Ovesto, Branschpress, aktiviteter, avdeling, DM, Hemsida, Kunden, Sajter, IRM, Mediabyrå, CSR, KIAM, Egget, Møter, Kollegaer, SEB, Sociala, brain, case, Google, Twitter

RETAILHANDEL
KJEDER, KJØPESENTER OG OMNIKANAL

Netthandel.no

OFV Opplysningsrådet for Veitrafikken

E-HANDEL STRATEGI TECH MARKEDSFØRING

Finans Norge

VG **Bergens Tidende** **Fædrelandsvennen** **SvD**

AFTONBLADET **Omni** **Stavanger Aftenblad** **Aftenposten**



122 prosent flere tok kontakt med båtselger i uke 19

Båtmarkedet på FINN bare fortsetter å øke med nesten 60 prosent flere annonsebesøk i uke 19 enn samme uke i fjor. Mye tyder på at folk nå er enda nærmere kjøp, for antall klikk på "Send melding"-knappen i annonsene økte med vanvittige 122 prosent i samme uke!

Fortsatt gode tider for båt på FINN

Søkeord

Topp 20 søkeord på FINN bil uke 19 2020

1.	Cabriolet	79 078 søk	11.	GTI	22 312 søk
2.	AMG	56 226 søk	12.	Webasto	21 646 søk
3.	Innbytte	49 451 søk	13.	Veteranbil	20 746 søk
4.	Pickup	38 181 søk	14.	Delebil	20 190 søk
5.	Rep objekt	34 631 søk	15.	Hybrid	20 042 søk
6.	Tesla	30 004 søk	16.	Panorama	19 034 søk
7.	Elbil	25 308 søk	17.	Volvo	18 804 søk
8.	BMW	24 797 søk	18.	Honda CR-V	18 636 søk
9.	Mercedes	22 532 søk	19.	Range Rover	17 850 søk
10.	Soltak	22 532 søk	20.	Turbo	17 620 søk



THE ROAD TO INSIGHT SELLING

TOOLS THAT SUPPORTS AN INSIGHT BASED SALES APPROACH



A collection of five tool cards for the PLAN stage, arranged in a grid:

- "ELEVATOR-PITCH"**: Blue card with a pencil icon and a checklist.
- KUNDEQUIZ**: Orange card with a green document icon.
- INNSIKTS GENERATOR**: Green card with a circular icon containing a bar chart.
- STAKEHOLDER ANALYSE**: Red card with a woman's profile icon.
- SNACK MED RETT STAKEHOLDER**: Light blue card with a man's profile icon.





I SKATE TO
WHERE THE PUCK
IS GOING TO BE,
NOT WHERE IT
HAS BEEN.

Wayne Gretzky



PROAKTIV = fremoverlent

Betydningen av penger

Absolutt alle snakker om det - men få gjør noe med det.

Om du ser en løsning - test det ut med kunden FØR de spør om det.

MEN da må du ha innsikt i hva kunden har som utfordring.

Vi hadde en slik case - selv om du får nei, har du likevel skapt et inntrykk av noen som vil løse ting. hvem vil vel ikke ha en leverandør som løser problemer du ikke visste du hadde? eller uten å be om det.

Betydningen av penger

Frihet, er til for å nyte livet

...Spenning, et spill som gjør ting mulig

...Ansvar, for å opprettholde livsstil og familie

...Makt, rikdom, suksess

...Trygghet, peace of mind

...Et verktøy, for å beholde kontroll og være forberedt



Transaksjon

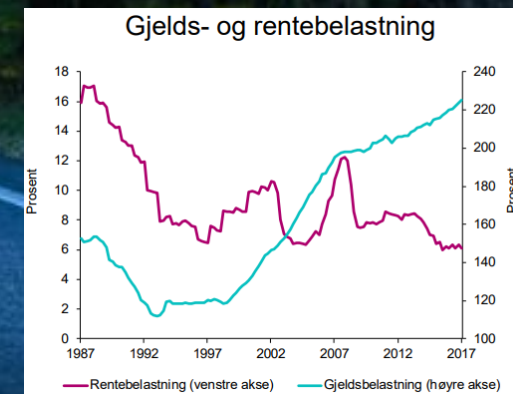
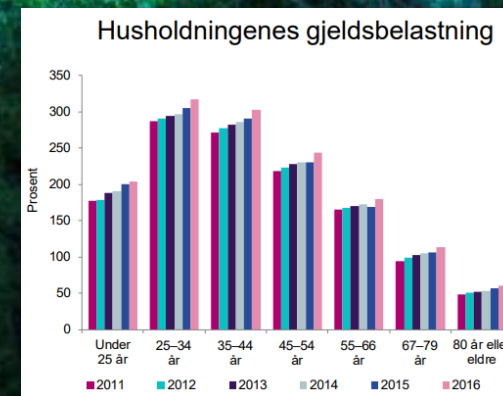


Viktige drivere:

- 100MRD usikret gjeld
- 50% k-kort
- 50% forbrukslån

= alt mislighold kan være en mulighet

*finansstilsynet *Finansielt Utsyn



Du kan bidra med mye proaktivt

Brønnøysund - nye selskaper, (men ha en god pitch).

Undersøkelser - som bidrar til å forstå selskaper

Nyheter - men da er du ikke først.....

Hva er kriterier for kjøp i bransjen

Hvem øker markedsandeler

OM du kommer med et godt verdiforslag basert på det du forstår – vil du gi kunden en merverdi!



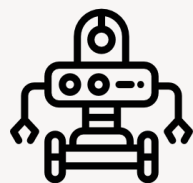


CLOSING



PAIN

Bruk tid på å forstå behovene til kunden.
Er du den eneste som skjønner hva problemet er - da kan du være en veldig god rådgiver



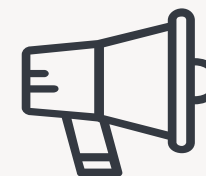
VERDIFORSLAG

Forhandlinger = å gi og ta.
Ikke tro at alt handler om pris.
Løs et problem - forklar hva dety løser, ikke bare egenskaper ved tjenesten og produktet.



ENKELT

Gjør det enkelt.
Gi kunden argumenter og presentasjonsmateriell som han kan bruke i neste fase (i sin presentasjon til sjefen eller kollegaene)



KJØR PÅ

Frykt for å gå til closing er ganske vanlig blant selgere.
Du kan føle at du pusher for hardt på, men vær klar over at kunden også vil at prosessen skal gå fremover.



TRENING

Det finnes svært mange teknikker for closing.
Finn noen som fungerer for deg,
og vær ikke redd for å teste ut nye måter. Kollegaen din har kanskje noen tips å dele?

CLOSING - BE OM EN POSITIV BESLUTNING



Hvor vanskelig kan det være da?

Det er veldig vanskelig å close noe som kunden ikke forstår verdiforslaget.

Start tidlig og vær alltid på - snu innvendinger som egentlig er kjøpssignaler.



Verdiforslag- FAB for å legge frem argumenter

Feature / egenskap:

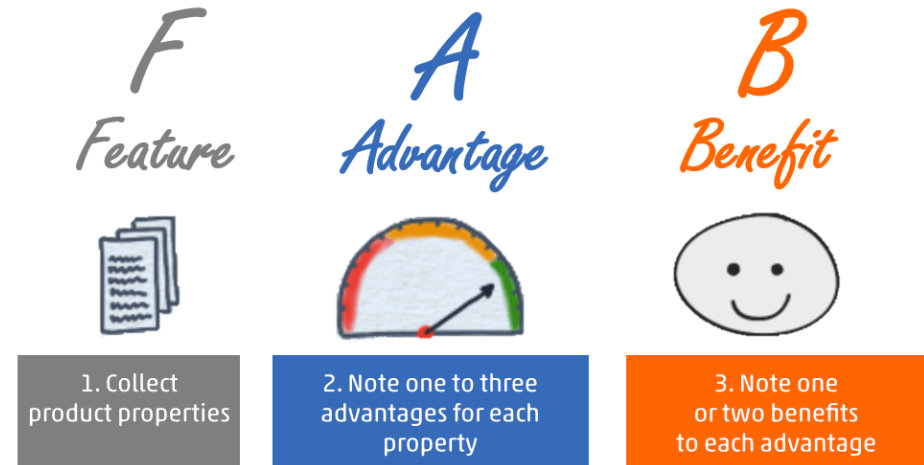
Norges mest leste avis, VG.

Advantage/fordeler:

Gir deg mulighet til å annonsere på en platform som har stor tillit blant folk, og som har en enorm rekkevidde

Benefit/Hva er verdien for kunden:

Gjør at din merkevare vil få økt kjennskap i tillegg til at folk ser annonsen din i en seriøs kontekst som folk stoler på. Du øker dine kundemasse.



Behov funnet i behovsanalyse:

Vil bygge mer kjennskap til sitt produkt / bedrift

SUKSESSFAKTORER FOR EN SELGER

- Antallet kundekontakter – overgår alt!
- En unik stil som skiller salgspersonen fra konkurrentene
- Evnen til å benytte interne- & eksterne nettverk for å identifisere muligheter for salg og få tilgang på informasjon
- Evnen til å mobilisere den energien som kreves for å pushe sine salgsprosesser fremover, uansett...
- Evnen til å drive parallelle fremfor serielle salgsprosesser – du vet aldri når du vinner eller taper...

Til inspirasjon

<https://www.bi.no/forskning/business-review/articles/2019/09/verdiskapende-salg/>

<https://store.hbr.org/product/hbr-s-10-must-reads-on-sales-paperback-ebook/1046bn?sku=1046BN-BUN-ENG>

<https://www.universitetsforlaget.no/salgets-helter-1>

https://www.amazon.com/The-Challenger-Sale-audiobook/dp/B07SLDD5YV/ref=sr_1_5?crid=EMGFB5DWS12A&dchild=1&keywords=solution+selling&qid=1589779948&srefix=solution+selling%2Caps%2C231&sr=8-5

https://issuu.com/cdundervisning/docs/vinnende_verdiforslag_utdrag/4

og selvsagt noen flere sitater fra Gretzky

<https://www.azquotes.com/quote/117312>



ALT

BLUR

BRA

