

SALGSFASE 2

BEHOVSFASEN

Hensikt

Å avdekke og kartlegge kundens behov.

Grunnleggende suksessfaktor

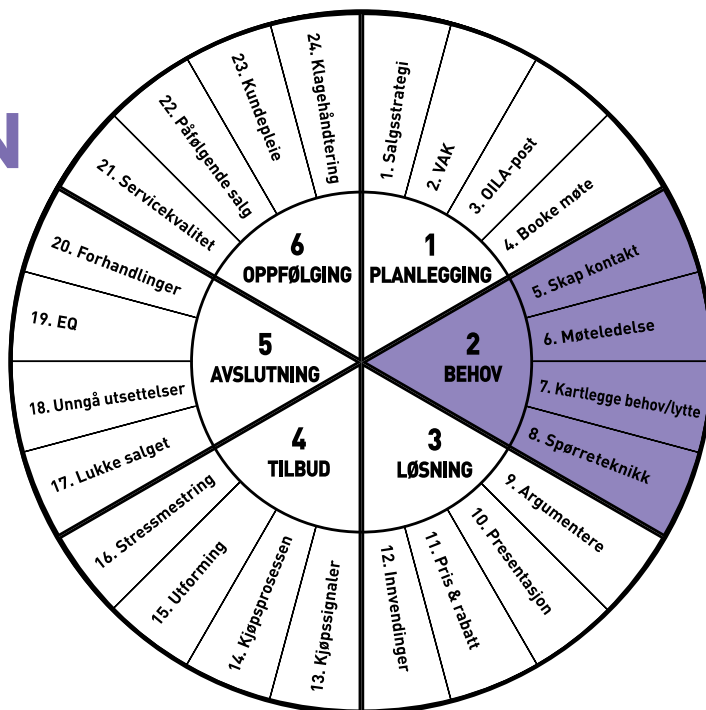
Trygghet og tillit.

Suksesskriterie

Gode kommunikasjonsferdigheter, solide holdninger og din offensive mentale tilstand.

Suksess formel

Suksess = Nysgjerrig på utfordringer x nysgjerrig på kunden



Figur 31. Salgsfase II. Behovsfasen med ferdighet 5-8. Du skal skape kontakt, lede møter, kartlegge behov og beherske lytte- og spørreteknikker.



Først når vi er kjent med kunden, kan vi selge inn en løsning som kunden har behov for.

Kari-Anne Røisland, tidligere salgs- og kompetanse-direktør, Choice hotellene

På en skal fra 0 til 10, hvor 10 er høyest mulige score, i hvor stor grad klarer du å få tak i fortrolig informasjon?

0 10
|-----|

For at du skal være fornøyd, hva skal poengsummen være? _____

Google din største kunde, finn informasjonsbanker (Facebook, Companybook, Twitter, LinkedIn, Plaxo) som forteller ti personlige interesser og egenskaper til din kunde (f.eks. styreverv, interesser, hobby, politisk interesse, sivil status, barn, dyrehold, bakgrunn, bopel, sosial tilknytning, privatøkonomi, atferdsmønster, risikovillighet, verdier, yrke utdannelse, CV, karrierestige, ambisjoner).

Beste råd

Du skal vekke kundens **følelser**. Du behøver ikke gå til sengs med dem, men du kan gjerne vekke deres omsorgs- og morsinstinkter.

Finn både hva som frister og hva som smerter. Du skal være kundedoktor og gi kunden smertemedisin i form av din løsning.

Bruk dine sanser for å kartlegge behov: Se, hør og kjenn.



HVA – Behovsfasen er tiden du bruker på å kartlegge kundens bevisste og ubevisste behov. Noen kaller denne fasen for tillitsfasen fordi uansett hva du selger, så selger du tillit.

HVEM – Mange tenker at kundene forteller deg om sine behov som om de krysser av på et åpent skjema. De som ser og tør snakke om sine problemer gjør det, men noen kunder bagatelliserer og/eller skjuler sine ubehag. De fornekker sin smerte både overfor seg selv og deg.

HVORDAN – For å få kunden til å fortelle om sin smerte, må du vinne hans/hennes tillit. Kunden trenger forståelse, informasjon, varme og trygghet. Din jobb er å få kunden til å stole på at han/hun tåler smerten ved å åpne seg for deg, at du gjøre ubehaget levelig. Da åpner kunden seg tilstrekkelig til at du kan lindre plagene uten å sette han/henne i forlegenhet. Du har sett - samtidig som du tilsynelatende ikke har sett. De såreste punktene kommenterer du aldri direkte. Som en gravferdskonsulent forstår du stilltiende.

HVORFOR – Veien til kundens lommebok går via hjertet. Den gode relasjonen og den gode samtalen er avgjørende. Den gode samtale karakteriseres av gode spørsmål, aktiv lytting, oppsummering av enighet og utforskning av muligheter.

