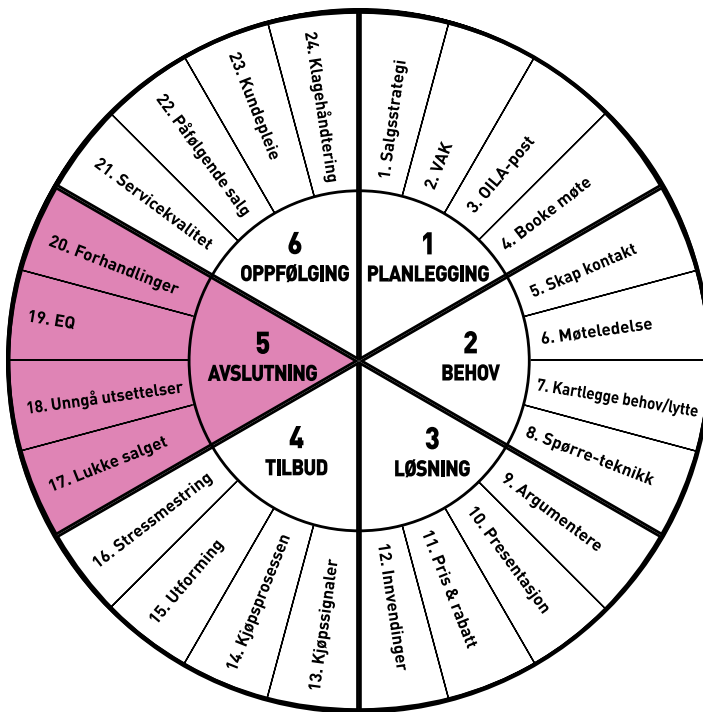


SALGSFASE 5: AVSLUTNINGSFASEN



Figur 75. Salgsfase 5. Avslutningsfasen. Du skal nå få ordren, unngå utsettelse, bruke din emosjonelle intelligens (EQ) og gjennomføre forhandlinger.

Hensikt

Å komme til enighet om kjøp og sikre salget.

Grunnleggende suksessfaktor

Lukke salget.

Suksesskriterie

Penger for varene eller tjenestene står på konto.

Suksessformel

Suksess = Taimet utålmodighet

På en skala fra 0 til 10, hvor 10 er høyest mulige score, hvor stor er evnen din til å sikre salget?

0 _____ 10
|-----|

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

Sett opp tre til fire konkrete avslutningsteknikker for å få ordren/avtalen:

En gang jeg hadde solgt et arrangement til et firma, ringte tilbake de og sa de hadde fått innsigelse fra en i styret: "Nei, dit må dere ikke dra." Jeg svarte at "det er så alvorlig at jeg må få anledning til å ringe vedkommende". Så jeg ringer vedkommende og refererer hva som var sagt og at jeg måtte få høre hva som hadde gått galt. Han hadde vært der i forbindelse med ferie og alt var dårlig! Jeg spør om han hadde brukt konferansefasilitetene.

Han svarer med å gjenta at "Alt var dårlig" og legger på. Jeg ringer opp: "Jeg tror vi ble brutt." Jeg visste godt at han hadde lagt på.

- Du skal vite at jeg ringer deg fordi jeg ønsker å kompensere for den dårlige opplevelsen du har hatt. Da er det vanskelig å legge på med en gang. Jeg kom med en beklagelse for den dårlige opplevelsen.

- Du skal få en gratis natt for den dårlige opplevelsen. Jeg vil gjerne at du ser på konferansefasilitetene for det har skjedd en del. Jeg vil gjerne at du kommer innom til en lunsj. Det ordnet seg med denne avtalen. Og takk og lov for det - for jeg hadde provisjon.

Kyrre Skoge, hotelldirektør,
Comfort Hotel Lipp i Trondheim

Ps. Bestselgeren spør aldri om ordren/avtalen. Kunden spør om kjøp/levering.

Beste råd

Overselg aldri. Husk at du skal levere over forventet.

HVA – Avslutningsfasen er tiden etter at du har utformet tilbudet til forhandlingene er sluttført.

HVEM – Mennesket har begrenset rasjonalitet, sier BI-amanuensis Peder Inge Furseth som er sosialøkonom med doktorgrad i sosiologi. Det viser seg bl.a. ved at mennesket ikke er i stand til å sammenligne alle alternativer for bruk av pengene sine. Hvordan vi handler, sier han, avhenger i stor grad av sosiale normer” (Aftenposten 1/8-10).

HVORDAN – En handel kan med fordel ses i sammenheng med kundens sosiale miljø. Du må med andre ord kjenne de sosiale kodene til kunden og hans/hennes miljø for å vite hva kunden legger vekt på når han/hun velger å gi fra seg pengene sine.

HVORFOR – En fagmann risikerer å bli møtt med latter om kjøpet ikke stemmer overens med vedtatte faglige normer og “sannheter”. Selv om kunden er utadvendt, kan frykten for hva et introvert miljø kommer til å si, bli avgjørende for handelen. En bestselger er en person som skaper en atmosfære som bygger bro over spenningene. Kunden gleder seg over kontakten.

