

Översikt – Kundstrategier

Mål

- Efter avslutad träning kommer varje deltagare att;
- förstå psykologin bakom större inköpsbeslut
- kunna planera och genomföra en strategi för komplex försäljning
- ha förmåga att identifiera och utveckla kundernas beslutsriktlinjer, analysera konkurrerande förslag och påverka beslutsriktlinjer till egen fördel eller besluta sig för att hoppa av affären.
- upptäcka och hantera kundernas tveksamhet inför beslut
- förstå risker och möjligheterna i genomförandefasen
- planera och genomföra strategier för effektiv utveckling av kundrelationer
- ha tränat upp sina färdigheter i både planering och genomförande av varje fas i beslutsprocessen samt erhållit en objektiv feedback på sitt agerande
- ha genomfört en komplett strategi och aktivitetsplanering för en aktuell kund

Målgrupp

Försäljningschefer, säljare och specialister involverade i komplex försäljning. Deltagarna kommer att få ut mest av programmet om de tidigare deltagit i vår SPIN®-träning.

Innehåll

- Kundens beslutsprocess - de olika psykologiska faserna i ett komplext, konkurrensutsatt inköpsbeslut.

Tillträdesstrategi - hur använda sig av:

- Intressecentrum
- Missnöjescentrum
- Maktcentrum

Beslutsriktlinjer

- hårda och mjuka differentiatorer
- hur utvärderar kunder alternativ
- hur påverka kundens beslutsriktlinjer

Tveksamhet inför beslut

- varför drar det avgörande beslutet ut på tiden
- hur hantera kundens tveksamhet inför beslut

Genomförandefasen

- varför upplever kunden en motivationssvacka
- strategier för att undvika motivationssvackor

Utveckla goda kundrelationer

- strategier för att behålla en dominant position och undvika att släppa in konkurrenter
 - bygga långsiktiga kundrelationer

Tränare och gruppstorlek

Träningen genomförs av två konsulter från Huthwaite. Maximalt antal deltagare är tolv, detta för att deltagarna skall få så mycket tid som möjligt till stöd och feedback.