

Huthwaite[®]
International

 **Sell**

Account Strategy
Major Sales
Oversight



Account Strategy Major Sales

Huthwaites tilgang til strategisk salg og 'Opportunity Management'

I mange dele af verden forandredes forretningslandskabet i 2008 - måske for altid. De vaner, som indkøbsorganisationer lærte, forsvinder nok ikke igen. Standardisering, prispres, konkurrence, benchmarking, indkøbs/procurementpraksis, etablerede administratorer, intern politik og udgiftsbeslutninger på bestyrelsesniveau bliver normen. For nogle salgsmuligheder føles det allerede mere som at navigere igennem et minefelt end en egentlig salgsmulighed - især når konkurrenterne er stærke.

Så et kompas, en proces og en metode, der er afprøvet i praksis i både dårlige og gode tider, kan måske hjælpe dig til at tænke hurtigere end, udmanøvrere og sælge mere end konkurrenterne og konfrontere de udfordringer, du nu står overfor på bedste måde.

Huthwaite har i +40 år forsket i best practice metoder til opnåelse af de største salgsmuligheder. Den indsigt og de teknikker, vi har funderet i denne periode, udgør grundlaget for dette program.

Det er f.eks. vigtigt at sælgerne forstår psykologien bag større købsbeslutninger for at målrette deres tilgang over for hvert enkelt medlem i købscentret/Decision Making Unit (DMU). De skal kortlægge og navigere i DMU'en - hvem skal man møde, hvornår og om hvilke emner. Effektive sælgere evaluerer deres konkurrencemæssige situation og potentielle risici med samme teknikker som kunden - og bruger så analysen til at differentiere deres løsning og afhjælpe kundernes bekymringer. De dygtigste sælgere forstår, at hvert enkelt salg er en mulighed for at etablere varige relationer, der holder langt ud over dette salg, og bidrager til at påvirke det næste salg.

Vi hjælper dig til med emner som disse:

- "Vi kan ikke rigtig nå frem til de egentlige beslutningstagere eller udtrykke et overbevisende 'value proposition', når vi endelig møder de rigtige."
- "Vi har ikke en proaktiv vinderstrategi, der starter før behovet er tydeligt, og slutter med et fuldt implementeret kunde projekt."

- "Det er tilsyneladende indkøb/procurement, der slår tonen an og bliver ved med at sige, at den eneste differentiator er prisen."
- "Vores CRM-system kan fint fortælle os, hvor vi er nu, men ikke hvad det næste vi bør gøre er."
- "Det er vanskeligt for vores team at beskrive reelle fremskridt i salgsmuligheden på en måde, som alle kan forstå og bruge som grundlag for forecasts/prognoser."
- "Vi må forstå, hvad konkurrenterne foretager sig, og hvordan potentielle kunder ser på os i forhold til dem."
- "Selv når det er tydeligt, at vi forstår kundernes behov, ser de os ikke altid som den indlysende leverandør."
- "Vi går glip af forretning lige når vi tror, vi har dem indenfor rækkevidde."

Ved at levere dette:

en forståelse for, hvordan mennesker og organisationer træffer større købsbeslutninger. Vi viser jer, hvordan effektive navigations- og relationsstrategier udvikles. Og hvordan overensstemmelsen mellem det, kunden har behov for, og det, I kan tilbyde øges - og derved hjælpes I til at udvikle en vindende business case.

Og at give jer:

- praktiske teknikker, hvormed I kan forstå og påvirke kundens beslutningsgrundlag: forstærke de behov, I kan opfylde, og redefinere dem, I har vanskeligt ved at opfylde
- værktøjer til analyse og håndtering af konkurrenterne ved at maksimere dine differentierende styrker og minimere deres
- kortlægning af købscentret/DMU, guidance i hvem I skal tale med, hvornår, og om hvad
- opmærksomhed på, hvor i muligheden, I befinder jer, at planlægge næste bedste skridt og udvikle taktikker til at udføre det
- metoder til at forhindre at 'tabe' sent i salgscyklussen.



Tak for de hårde og inspirerende dage, vi havde i Holland. Det var den bedste salgstræning, jeg nogen sinde har deltaget i, og de færdigheder, vi fik, vil bestemt være meget nyttige i fremtiden.

Jan Thörnberg EAO



Oversigt over programmet

Huthwaite programmet Account Strategi Major Sales er målrettet enkeltpersoner og /eller teamsmed behov for den rette blanding af færdigheder, processer og værktøjer til at kunne vinde fere større salg. Opbygget omkring en virkelighedsnær salgssimulation, konkurrerer deltagerne om at udtænke og udføre strategier og taktikker, der gør det muligt for dem at lande en aftale. Ultimativt er det de ting, deltagerne gør ansigt-til-ansigt, der afgør om de vinder eller taber en handel - nøjagtigt som i den virkelige verden.

Formål

Når kurset er slut, vil deltagerne kunne:

- få bedre adgang til de reelle beslutningstagere, bedre formulere deres 'value proposition' og opbygge en overbevisende business case med kunden
- kunne beskrive psykologien bag kundernes behov
- navigere mere effektivt i købscentret/DMU
- vise en proaktiv vinderstrategi og være bedre forberedt til at håndtere konkurrenterne
- beskrive deres fremskridt i hver salgsmulighed med mere klare og skarpe målsætninger om hvad det næste trin er
- forberede sig på og håndtere bekymringer sent i cyklusen.

Indhold

Købscyklussen™

- Psykologien bag kompleks købsadfærd.

Strategi for kundetilgang

- Kortlægning af købscentret/DMU, så du taler med de rigtige mennesker på det rigtige tidspunkt og om de rigtige emner.

Beslutningskriterier

- Hvordan kunderne kommer frem til de beslutningskriterier, de anvender
- Hvordan kriterierne kan påvirkes til din fordel.

Konkurrenceanalyse

- Principperne bag konkurrencefordele og 'hårde' og 'bløde' differentierende faktorer
- Købskriterier - hvordan kunderne evaluerer konkurrerende tilbud, og hvordan du kan påvirke deres beslutnings-guidelines til din fordel.

Kunders bekymringer vedrørende risiko

- Hvorfor salg går i stå når beslutningen skal træffes
- Hvorfor salgsfærdigheder ikke hjælper dig på dette trin
- Hvordan bekymringer kan håndteres til din fordel.

Metodik & praktik

Ud over at orkestrerer salgssimulationen coacher vi sælgerne for at integrere disse praktiske færdigheder, der kan bruges i det virkelige salgsarbejde igen og igen. Vi hjælper dem til at anvende det lærte i en reel salgsmulighed, som de har medbragt - ved hjælp af vores 'Opportunity Management Toolbox' hvor hensigtsmæssigt.

Denne træning er typisk et tredages program for op til 12 deltagere, der afholdes af to certificerede Huthwaite trænere. En udgave over to dage med én træner og uden simulationen fås også.

Muligheder for specialtilpasning

- Salgssimulationen kan være generisk eller skræddersyes helt og kan køres med brug af Huthwaite trænere, jeres eget personale eller eksperter udefra i købernes roller.
- Huthwaite Toolbox, der understøtter hvert enkelt trin i salgsmuligheden og integrerer færdighederne, kan - valgfrit - indarbejdes i træningen og tilkøbes til deltagerne som en selvstændig desktop-app eller som link tilknytning til jeres CRM-system.
- Konsultation forud for programmet for at tilpasse indhold, rollespil og øvelser.

Huthwaite[®]
International

Hooper House
Wentworth
South Yorkshire
S62 7SA
United Kingdom

Tel: +44 (0)1709 710 081
Email: info@huthwaiteinternational.com
www.huthwaiteinternational.com

 @Huthwaite_Intl

 [huthwaite-international](https://www.linkedin.com/company/huthwaite-international)

 [TheHuthwaiteGroup](https://www.youtube.com/channel/UC...)

© Huthwaite International. This document is the copyright work of Huthwaite International and may not be reproduced (in whole or in part, in any form or by any means whatever) without its prior written permission. SPIN, Huthwaite, the Buying Cycle and the Company logo are trademarks and are registered in many countries throughout the world. The copyright notices and trademarks on this document may not be removed or amended without the prior written consent of Huthwaite International.

Huthwaite[®]
International
CREATORS OF

SPIN[®]