

Huthwaite[®]
International

 **Sell**

Account Strategy For Major Sales Overview



Account Strategy For Major Sales

De Huthwaite-aanpak voor Prospect Management

In vele regio's van de wereld is het zakelijke landschap in 2008 – waarschijnlijk voorgoed – veranderd. De gewoontes die inkooporganisaties zichzelf hebben aangeleerd, zullen niet zomaar verdwijnen. Commoditisering, prijsdruk, concurrentie, benchmarking, de manier waarop inkopers werken, vaste leveranciers, intern beleid en budgettaire beslissingen die op directieniveau worden genomen, zijn voortaan de norm.

Bij sommige prospects is het alsof we door een mijnenveld moeten navigeren, vooral als de concurrentie sterk is.

Een kompas, een degelijk proces en een methode die in de praktijk getest zijn, in zowel een slecht als gunstig economisch klimaat, kunnen u helpen een slimmer en effectiever strategie te ontwikkelen, de concurrentie een stap voor te blijven en de uitdagingen waarmee u wordt geconfronteerd het hoofd te bieden.

Huthwaite onderzoekt al veertig jaar lang de best practices bij succesvolle complexe verkopen. De inzichten en technieken die we gedurende de jaren hebben verkregen, vormen de basis van dit programma.

Verkopers moeten bijvoorbeeld inzicht hebben in de psychologie op basis waarvan beslissingen over dure aankopen worden genomen, om hun aanpak af te kunnen stemmen op iedere persoon binnen de DMU (Decision Making Unit). Ze moeten de DMU in kaart brengen en een weg zien te vinden naar de juiste beslissers: wie wanneer en waarover te benaderen.

Effectieve verkopers evalueren hun concurrentiepositie en de potentiële risico's met gebruikmaking van dezelfde technieken als de klant. Ze gebruiken die analyse om hun eigen oplossing van die van de concurrentie te onderscheiden en twijfels van de klant weg te nemen.

De meest bekwame verkopers weten dat elk verkoopproces een kans is om relaties op te bouwen, die tot lang na de verkoopcyclus blijven bestaan en hem helpen het volgende verkoopproces te beïnvloeden.

Wij helpen u de volgende problemen te adresseren:

- “We komen haast nooit bij de juiste beslissers terecht of als het wel lukt, dan zijn we niet in staat om een overtuigende waardepropositie te presenteren.”

- “We hebben geen proactieve winstrategie die al begint voordat er ook maar sprake is van een behoefte en die eindigt in een hechte relatie met de klant.”
- “We dansen naar de pijpen van inkopers en volgens hen is prijs de enige onderscheidende factor.”
- “Ons CRM-systeem kan ons weliswaar vertellen waar wij nu staan, maar niet wat de volgende stap zou moeten zijn.”
- “Onze teams vinden het moeilijk om echte vooruitgang bij een prospect te omschrijven op een manier die we allemaal begrijpen en kunnen gebruiken als basis voor onze rapportage.”
- “We moeten weten wat onze concurrenten doen en hoe de prospect ons met hen vergelijkt.”
- “Zelfs als we hebben aangetoond dat we de behoeften van de klanten begrijpen, zien ze ons nog steeds niet als de meest voor de hand liggende leverancier.”
- “We verliezen contracten net als we denken dat we ze binnen hebben.”

Wij bieden u het volgende:

Wij geven inzicht in de manier waarop mensen en organisaties complexe verkoopbeslissingen nemen. Wij laten hen zien hoe ze effectieve relatie- en navigatiestrategieën kunnen ontwikkelen, hoe ze de match tussen de behoeften van de klant en hun aanbod kunnen verbeteren en zodoende een winnende businesscase kunnen ontwikkelen.

Wat u het volgende oplevert:

- praktische technieken die u helpen de criteria voor besluitvorming van de klant te begrijpen en beïnvloeden;
- vaardigheden om te benadrukken in welke behoeften u kunt voorzien en die waarin u niet kunt voorzien opnieuw te omschrijven;
- tools voor het analyseren van en omgaan met de concurrentie door uw eigen onderscheidende kenmerken te maximaliseren en die van hun te minimaliseren;
- vaardigheden om de DMU in kaart te brengen, zodat u weet met wie en in welke volgorde u over welke kwesties moet praten;
- de middelen om vast te leggen waar u zich bevindt bij de prospect, de volgende stappen te plannen en tactieken te ontwikkelen om die uit te voeren;
- methoden om verliezen laat in de verkoopcyclus te voorkomen.



Hartelijk bedankt voor de intense en inspirerende dagen in Nederland. Het was de beste verkooptraining die ik ooit heb gehad en de vaardigheden die jullie ons hebben aangeleerd, zullen in de toekomst ongetwijfeld goed van pas komen.

Jan Thörnberg EAO



Programmaoverzicht

Het programma van Huthwaite is bedoeld voor individuele personen en/of teams die de juiste combinatie van vaardigheden, processen en hulpmiddelen nodig hebben om meer contracten binnen te halen. Het is gebaseerd op een business simulatie van een verkoopkans waarbij meerdere concurrenten naar het contract dingen. De deelnemers moeten strategieën en tactieken ontwikkelen en deze toepassen om het contract binnen te halen. De vaardigheden die de deelnemers tijdens de simulatie toepassen, bepalen of ze het contract krijgen, net zoals in de praktijk.

Doelstellingen

Na afloop van het programma zullen de deelnemers:

- makkelijker toegang tot de echte beslissers kunnen krijgen en een betere waardepropositie en businesscase kunnen presenteren;
- de psychologie achter klantbehoeften kunnen beschrijven;
- effectiever kunnen navigeren binnen de DMU;
- een proactieve winstrategie kunnen toepassen en beter voorbereid zijn om de concurrentie aan te pakken;
- hun vooruitgang bij de prospect met duidelijkere doelen en beter gerichte volgende stappen kunnen beschrijven;
- vooraf de zorgpunten kunnen managen die later in de cyclus naar voren komen.

Inhoud

De koopcyclus

- De psychologie van gedrag in het complexe verkoopproces.

Strategie: binnenkomen bij nieuwe klant

- Hoe een DMU in kaart te brengen, zodat u op het juiste moment met de juiste mensen over de juiste dingen praat.

Besluitvormingscriteria

- Hoe klanten hun besluitvormingscriteria bepalen.
- Hoe de criteria in uw voordeel te beïnvloeden.

Concurrentieanalyse

- Principes van concurrentievoordeel en 'duidelijke' en 'onduidelijke' onderscheidende kenmerken.
- Koopcriteria: hoe klanten het aanbod van u en dat van de concurrentie evalueren en hoe u hun richtlijnen voor besluitvorming in uw voordeel kunt beïnvloeden.

Twijfels van de klant over risico

- Waarom de verkoper vlak voor de beslissing aan het lijntje wordt gehouden.
- Waarom verkoopvaardigheden u in dit stadium niet helpen.
- Hoe twijfels in uw voordeel te beïnvloeden.

Methodologie en praktische zaken

Wij verzorgen niet alleen de business simulatie, we geven verkopers ook coaching om deze vaardigheden telkens weer in de praktijk toe te passen. We helpen hen het geleerde toe te passen in een door henzelf ingebrachte praktijksituatie waarbij we de prospect management tools gebruiken waar nodig.

Dit is doorgaans een programma van drie dagen voor maximaal twaalf deelnemers dat door twee trainers wordt gegeven. Er is desgewenst ook een tweedaagse training met één trainer mogelijk.

Maatwerkmogelijkheden

- De business simulatie kan algemeen zijn of op maat worden toegesneden door Huthwaite Consultants, uw eigen medewerkers of specialisten van derden in de rol als koper.
- Consultancy voorafgaand aan het programma om de inhoud, de rollenspelen en de oefeningen op maat te maken.

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[®]