

PITCH Selling Overview



PITCH Selling

Hoe kunnen verkopers een consultatieve benadering volgen, die de focus legt op het voorzien in klantbehoeften, wanneer ze slechts beperkt contact met hun klanten hebben?

Een verkoopgesprek dat echte waarde creëert, vereist een subtiele en doordachte aanpak. Maar is dat mogelijk wanneer de verkoper slechts weinig tijd met de klant doorbrengt? Jazeker.

Het PITCH-programma gebruikt de bevindingen van onderzoek naar de kortere verkoopcyclus (drie contacten of minder) om verkopers in staat te stellen een consultatieve en klantgerichte benadering te gebruiken, zelfs wanneer ze maar weinig interactie met de klant hebben.

PITCH verbetert de conversiepercentages, de opbrengsten per transactie (via extra producten en diensten en up-selling) en de klanttevredenheid.

We helpen u de volgende zaken te adresseren:

- “Om als een bedrijf te blijven groeien, moeten onze interne verkoopteams niet alleen orders aannemen, maar ook orders creëren.”
- “Onze verkopers zijn tegenwoordig ongelooflijk reactief. Ze wachten tot de klant hen vertelt wat hij wil. Er worden geen aanvullende behoeften en geen redenen achter het verzoek onderzocht.”
- “Eerdere trainingsprogramma’s die de focus legden op het stellen van meer vragen waren gewoon niet effectief. Onze mensen hebben meer nodig dan algemene training in het stellen van open vragen, zelfs bij de kortste gesprekken.”
- “Onze verkopers prijzen alleen de technische specificaties aan van onze producten, zonder uit te leggen hoe die zich onderscheiden van het aanbod van de concurrentie.”
- “De proactieve verkoopteams moeten leren om prospects langer aan de lijn te houden. Sommige teams doen te veel moeite, andere doen juist niet genoeg!”

Wij bieden u het volgende:

Een set van essentiële vaardigheden die de verkopers in staat stelt om hun klanten op een consultatieve manier te benaderen, waarbij de verkoper behoeften ontdekt en deze afstemt op producten en oplossingen die hij op doeltreffende wijze van het aanbod van de concurrentie onderscheidt. We

gebruiken tools om effectieve verkoopgesprekken te plannen en gedrag te vergelijken met de op onderzoek gebaseerde best practice. Verkopers worden in de loop van het programma steeds beter en zullen hun vaardigheden in de praktijk verder ontwikkelen.

Wat u het volgende oplevert:

- hogere conversiepercentages, wat leidt tot:
 - meer nieuwe contracten;
 - kortere verkoopcycli;
 - hogere inkomsten;
- hogere waarde van de gesloten deals, wat leidt tot:
 - lagere kosten van de verkoop;
 - hogere winst.

Programma overzicht

Het PITCH Selling-programma is voor iedereen bedoeld die producten of diensten verkoopt waarbij één tot drie interacties nodig zijn om de koop te sluiten en de koopbeslissingen door één of twee beslissers worden genomen. Het is geschikt voor verkopers in een B2B- of B2C-omgeving die zowel persoonlijke -als telefonische verkoopgesprekken voeren en die een consultatieve benadering nodig hebben om hun producten en diensten op basis van de klantbehoeften te onderscheiden van die van de concurrent.

Doelstellingen

Aan het einde van het programma zijn de deelnemers beter in staat om:

- te identificeren waar hun klanten zich in hun beslissingsproces bevinden en hun benadering dienovereenkomstig aan te passen;
- te begrijpen wat klanten motiveert en ervan weerhoudt om beslissingen te nemen;
- de juiste vragen te stellen om de behoeften van de klant te identificeren;
- de belangrijkste onderscheidende kenmerken voor hun producten en oplossingen te identificeren;
- oplossingen overtuigend te verwoorden;
- hun gesprekken effectief te structureren en die structuur op juiste wijze aan te passen;

Om een hoge prijs te rechtvaardigen, moeten we een gedegen inzicht hebben in de behoeften van onze klanten, zodat we kunnen aantonen dat wij daarin kunnen voorzien. Relaties opbouwen is de basis van ons succes en onze nieuwe vraagtechnieken stellen de klant en zijn wensen al vanaf het eerste gesprek centraal.

Oxford Innovation

- verkoopbenaderingen te plannen en te prioriteren;
- gesprekken met prospects op een effectieve wijze te openen;
- de waarde van de verkoop te verhogen om extra inkomsten en winst te genereren.

Inhoud

- Waarom klanten kopen: de fasen in een koopbeslissing.
- Wat onderscheidt u van de concurrent.
- Het PITCH-model:
 - Presenting yourself (uzelf presenteren): prospects prioriteren, effectieve gespreksplanning en overtuigende gespreksopeningen;
 - Investigating needs (behoefte onderzoeken): slimme vragen stellen om behoeften en koopcriteria te ontdekken die aansluiten op onderscheidende kenmerken;
 - Tempting customers (de klant verleiden): overtuigend beschrijven hoe de producten en/of diensten in de behoeften van de klant voorzien;
 - Commitment gaining (commitment verkrijgen): een hoog niveau van commitment verkrijgen, omgaan met - en het verminderen van bezwaren;
 - Handing over (overhandiging): positieve afsluiting van het gesprek en de volgende stappen.

Methodologie en praktische zaken

Het programma bestaat uit input, oefeningen, discussies, rollenspelen en toepassing in de praktijk. Deelnemers werken in kleine groepen en tweetallen om het toepassen van de PITCH gedragingen te oefenen en hun eigen vaardigheden te analyseren aan de hand van het PITCH-gedragsmodel. De training wordt gewoonlijk door één Huthwaite consultant gegeven en is bedoeld voor maximaal twaalf deelnemers.

Het PITCH-programma is modulair. De eerste dag van het programma bestaat voornamelijk uit het behandelen van de belangrijkste vaardigheden en gedragingen die effectief zijn in het adviserende verkoopproces, ongeacht de verkoopomgeving waarin de verkoper werkt.

De tweede dag van het programma bestaat uit één van de onderstaande modules die het meest aansluit op uw verkoopsituatie en uw behoeften (als beide modules relevant zijn, worden die over drie dagen verspreid).

Nieuwe business binnenhalen

Wanneer prospects op een proactieve manier worden benaderd, bijvoorbeeld via telefonische campagnes of een follow-up van een verzoek om inlichtingen of wanneer een prospect het verkoopteam zelf benadert, maar zich nog in een vroeg stadium van marktverkenning bevindt. Omvat overtuigende gespreksopening, omgaan met eerste bezwaren, de business case ontwikkelen om de klant verandering te laten overwegen.

De verkoop uitbreiden

Wanneer prospects of bestaande klanten zich in een latere fase van hun besluitvormingsproces bevinden, met een duidelijker inzicht in hun eigen behoeften en de potentiële leveranciers. Omvat een focus op het vergroten van de waarde van de verkoop door het identificeren van behoeften aan extra producten en diensten en up-selling, overtuigende manier van de oplossingen aanbieden die zich van de concurrentie onderscheiden, omgaan met bezwaren en wegnemen van twijfel.

Maatwerkmogelijkheden

Om uw rendement op investering te maximaliseren, kunnen wij ook de volgende activiteiten in een PITCH-programma opnemen:

- Consultancy voorafgaand aan het programma om op maat toegesneden inhoud, rollenspelen en oefeningen te maken.
- Vergelijking van vaardigheden met het PITCH-gedragsmodel vóór en na het programma om gegevens te verzamelen voor benchmarking en continue ontwikkeling.
- Training van PITCH-coaches die de continue ontwikkeling van verkopers ondersteunen.
- Analyse van de impact van PITCH op vaardigheden, zelfvertrouwen en resultaten.
- Meertalige uitrol van het programma.

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[®]