

Huthwaite[®]
International

 **Sell**

SPIN[®] Selling
Oversight



SPIN[®] Selling

Det mest overbevisende, sælgere kan gøre, er at vise kunderne, at de kan levere det, der efterspørges.

Indlysende? Ja. Hvorfor bruger typiske sælgere så 95 % af deres tid på noget andet? Vores unikke forskning, der omfatter observationer af godt 40.000 business-to-business-salginteraktioner, afslører nøjagtigt hvad sælgerne gør under succesfulde besøg, og hvor sjældent det faktisk sker.

Den gode nyhed er, at vi hos Huthwaite, fra forskningen, nøjagtigt ved, hvad dine sælgere skulle gøre, og hvordan, for at få succes. SPIN[®]-Selling, verdens bedst validerede salgsmode, tilbyder en ramme til strukturering af dialogen med kunderne. Dialoger som afdækker og udvikler behov samt opbygger værdi for jeres unikke differentiatorer. Det giver dig færdigheder, så du kan præsentere din løsning med maksimal effekt.

Igennem årene er andre salgsmetoder kommet og gået, lejlighedsvis baseret på nogen forskning; men SPIN[®] er bredt anerkendt værende metoden der giver de bedste resultater i mange af verdens førende organisationer. SPIN[®] bygger på detaljeret viden om, hvad der virker, og stadig virker i dag, når en sælger møder en kunde. Derfor hjælper vi hvert år mere end 12.000 sælgere med at udvikle deres salgsfærdigheder yderligere med SPIN[®].

Vi hjælper dig med emner som disse:

- "Kunderne kan bare ikke se, hvorfor vi er en merpris værd."
- "Vi bliver behandlet som en vare i stedet for en leverandør/partner af stor værdi."
- "Vi er bare ikke gode til at håndtere professionelle købere."
- "Mange af vores sælgere har en teknisk baggrund, så de taler om tekniske egenskaber i stedet for at undersøge og drøfte kundens forretningsmæssige udfordringer."
- "Vi har brug for at være sikre på, at vores sælgere opbygger værdi for vores unikke differentiatorer."
- "Vores folk ved, hvad de laver, men vi har brug for at forfine deres færdigheder og gøre dem konsistente - individuelt, på tværs af teams og på tværs af hele virksomheden."

- "Vi har brug for færdigheder, der giver os et fælles sprog og mål for succes i hele virksomheden."
- "Vi har brug for en metode, der rækker længere end selve træningen - vi ønsker at forbedre kvaliteten i vores kundeoplevelse."

Ved at levere dette:

et sæt vigtige verbale færdigheder, der giver sælgerne evnen til at afdække og udvikle behov effektivt samt demonstrere og kommunikere værdi for kunden med stor virkning. Beskrevet af en kunde som "den eneste tilgang til B2B-salg", kræver disse adfærdstyper, at sælgerne bevæger sig væk fra produkt salgstaler og ufleksible manuskripter og i stedet indgår i kundefokuserede, værdidrevne, konsultative samtaler.

Og at give jer:

- en konsistent metode der øger værdiskabelse
- mere salg med større fortjeneste
- større kundetilfredshed, -loyalitet og -fastholdelse
- kortere salgscyklusser
- færre indvendinger
- et fælles sprog til at analysere, planlægge og afrapportere salgsaktiviteter.

Oversigt over programmet

Huthwaites SPIN[®] Selling henvender sig til alle inden for salg, forretningsudvikling eller andre kundeorienterede roller, hvor det at demonstrere værdi for en kunde (potentiel, som eksisterende), er en vigtig del af det, du foretager dig - eller burde foretage dig. Det giver mulighed for ægte kompetenceudvikling - en platform for en varig adfærdændring, som positivt påvirker salgresultaterne. Programmet giver indsigt i købspsykologi - hvordan væsentlige købsbeslutninger træffes. SPIN[®] 'best practice modellen' giver deltagerne mulighed for at opnå salgsfremskridt, der øger værdien både for kunderne og egne organisationer. Træningen indeholder sessioner som integrerer til deltagerens virkelige verden for at sikre, at de nye kompetencer sidder fast, og at der opnås langsigtede salgsforbedringer.



For første gang skulle vi lære at lytte frem for at tale til vore kunder. Det er lettere sagt end gjort... Men forbedringen af vores folks konsultative salgsfærdigheder (SPIN®) som del af en mere systematisk proces gav os en unik mulighed for at skabe klare konkurrencefordele for RSA - endda på et barskt forsikringsmarked.

RSA



Formål

Ved programmets afslutning vil deltagerne:

- have analyseret styrker og svagheder ved deres nuværende salgsstil
- kunne beskrive psykologien bag kundernes behov
- forstå, hvordan større købsbeslutninger træffes
- kunne påvirke alle 'stakeholder' der tager del i beslutningsprocessen
- have demonstreret de vigtigste adfærdstyper, der anvendes af effektive sælgere i deres verbale interaktioner med kunderne
- have en ramme for planlægning af salgsmøder ud fra disse adfærdstyper
- have trænet den adfærd, der i høj grad reducerer sandsynligheden for indvendinger
- hyppigt og objektivt have målt deres præstation (specifikke adfærd) i forhold til SPIN® succes modellen samt have skabt en handlingsplan for fortsat udvikling af færdighederne efter træningen.

Indhold

- Købpsykologi.
- Mødeindledning og -styring.
- Afdækning og udvikling af kundebehov.
- SPIN® modellen:
 - Situationsspørgsmål
 - Problemspørgsmål
 - Indvirkende Spørgsmål
 - NytteVærdispørgsmål
- Demonstrere Evner.
- Praktiske værktøjer til analyse og organisering så I fremstår mere overbevisende.
- Opnå tilsagn – få 'commitment'.
- Indvendinger - forebyggelse og håndtering.

Metodik & praktik

Vi tror på, at man lærer ved at gøre, så programmet er meget interaktivt med kortere forsknings input afbrudt af omfattende deltageraktivitet. Deltagerne arbejder og øver sig i små grupper eller parvis og modtager feedback på deres færdigheder i forhold til den evidensbaserede SPIN® succesmodel. Rollespil optages digitalt og analyseres med SPIN®-analyseværktøjet for at give objektiv feedback og sætte individuelle mål for adfærdsforbedring. Deltagerne modtager en praktisk arbejdsbog og en omfattende opslagsbog, der begge er beregnet til brug under og efter programmet, så styrkelse og integration af nye kompetencer starter, så snart træningen slutter.

Træningen kan afholdes som omfattende tredages program, en todages blanding af e-learning og todages træningsprogram, eller i et modulopbygget, virtuelt format, hvor deltagere forskellige steder i verden kan deltage i et live-kursus samtidig. Træningen afholdes af en Huthwaite certificeret træner for maksimalt 12 deltagere (eller 8 for de virtuelle kurser).

Muligheder for specialtilpasning

For at maksimere udbyttet af investeringen kan tilgangen til kompetenceudvikling, - hvis du ønsker det, indeholde følgende aktiviteter ud over selve træningen:




- Konsultation forud for programmet for at tilpasse programmets indhold, rollespil og øvelser.
- Måling forud for programmet af færdighedsniveau - for at have et sammenligningsgrundlag for evaluering efter programmet.
- Integration af Huthwaite SPIN® Toolbox.
- Integration med jeres CRM.
- Træning af og tilpasning til jeres Marketingafdeling gennem SPIN® Marketing Workshops.
- Flersproget udrulning i hele verden.
- Coaching, integration og forsat styrkelse af SPIN kompetencer via SPIN® Coaching og en lang række integrationsværktøjer og e-learning online refreshers eller fysiske events (workshops, coach the coach m.m.).



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®