
Super-selgeren

Personlig salgshåndbok



En lærebok i personlig salg for dem som ønsker å lære å bli en ”super-selger”. En praktisk salgshåndbok med alle de verktøyene du trenger for å lykkes innen personlig salg.

Skrevet av:
Kjetil Sander

Utgitt av:
Kunnskapssenteret.com

Revisjon:
1.1 (Jan. 2016)

Innhold

| | |
|---|----|
| Innhold..... | 2 |
| Brukervilkår (terms of use)..... | 10 |
| Personlig salg | 11 |
| Hva er personlig salg? | 11 |
| Salg er en salgsprosess | 12 |
| Salg er en kjøpsprosess | 13 |
| Salgsformer | 14 |
| Butikksalg | 15 |
| Feltsalg..... | 16 |
| Telefonsalg | 16 |
| En kostbar salgsform | 17 |
| "Super-selgeren" | 18 |
| Personlighetkart (matrise)..... | 21 |
| Hvorfor presterer noen selgere bedre enn andre? | 24 |
| Hva mangler de mindre gode selgerne? | 25 |
| Hvordan bli en "superselger"? | 26 |
| Krav til super-selgeren | 28 |
| Personlighet og holdninger | 28 |
| Personlige egenskaper | 29 |
| Holdning til salg | 29 |
| Lateral tenkning | 31 |
| Demografiske egenskaper | 33 |
| Kompetansekrav | 34 |
| Kjennskap til egen organisasjon | 46 |
| Trening og salgsteknikk..... | 50 |
| Rolleforståelse | 54 |
| 10 forhold som kan ødelegge selgerens suksess | 55 |
| Den speilvendte Janteloven | 59 |
| 10 strategier for å bli en ener i salg | 60 |
| Hvordan lykkes med salg i tøffe tider? | 64 |
| Selgerstiler | 67 |
| Hva er en selgerstil? | 67 |
| Hva er en selgertype? | 68 |
| X- og Y selgere | 69 |
| Transaksjons- og transformasjonselgeren | 72 |
| Løsning selger | 73 |
| Resultat selger | 74 |
| Partner selger | 76 |
| De 5 selgertypene vs. selgerstilene..... | 80 |
| Arbeidshesten | 80 |
| Kundeutfordreren..... | 81 |
| Relasjonsbyggeren (relasjonsselgeren)..... | 81 |
| Cowboy-selgeren | 82 |
| Service selgeren (den reaktive problemløseren)..... | 82 |
| Hvilken selgerprofil er vinneren? | 83 |
| Hvorfor vinner kundeutfordrerne? | 84 |
| Mange selgere tør ikke utfordre kundene..... | 84 |

| | |
|--|-----|
| Salgsprosessen | 85 |
| Fasene i personlig salg | 85 |
| Salgstrakten..... | 86 |
| Lokalisere (kundeanalyse) | 87 |
| Kontakte kunden (Kontakt analyse) | 87 |
| Bearbeidelse av kunden..... | 91 |
| Hvordan bør salgspresentasjonen legges opp? | 92 |
| Retningslinjer for å vinne anbud | 97 |
| Hva er et anbud?..... | 97 |
| Konkurransen på pris | 98 |
| Kostbar og risikabel salgsform..... | 98 |
| Noen retningslinjer for anbud..... | 99 |
| Åpningen (førsteintrykket)..... | 102 |
| 4 x 20 regelen skaper kundens førsteintrykk | 102 |
| De 4 første minuttene avgjør om kunden kan stole på deg..... | 103 |
| Ikke bruk en standard åpningsreplik..... | 105 |
| Kle deg etter kunden | 105 |
| Lytt og still spørsmål..... | 105 |
| Hver positiv og hver bevisst ditt eget kroppsspråk..... | 107 |
| 10 råd for å gjøre et godt førsteintrykk..... | 108 |
| Møt presist til kundemøte..... | 109 |
| Håndtrykket | 110 |
| Visittkort..... | 111 |
| Ditt fysiske utseende | 111 |
| Klesdrakten | 113 |
| Bil og bilens betydning..... | 115 |
| Møtested og plasseringen av møtedeltakerne | 115 |
| Åpningsreplikken | 117 |
| Stemmebruk..... | 120 |
| Generelle åpningsråd | 123 |
| Round Robin (send spørsmål rundt i gruppen)..... | 123 |
| Produkt/referanse ("Hva kundene våre mener") | 123 |
| Påstand (Selgers oppfatning/synspunkt)..... | 124 |
| Kan jeg (Be om lov til, 5 - minutter av kundens tid...)..... | 124 |
| Kompliment/service (Kunden benyttes som referanse)..... | 124 |
| Kroppsspråket..... | 125 |
| Kroppsspråkets funksjon | 127 |
| Kroppsspråket viser våre grunnemosjoner | 128 |
| Effektiv kommunikasjon..... | 128 |
| Pacing / speiling..... | 129 |
| Smilets betydning..... | 129 |
| Å lese kroppsspråket er ekstremt vanskelig | 130 |
| Kvinner og menns kroppsspråk | 131 |
| Kvinner er mest uttrykksfulle..... | 131 |
| Menn er mer utydelige og tvetydige..... | 132 |
| Kulturelle forskjeller | 132 |
| Ansiktsuttrykket..... | 133 |
| Øyekontakt..... | 133 |
| Utvidede pupiller | 134 |
| Unngår øyekontakt..... | 134 |

| | |
|--|-----|
| Rødme..... | 134 |
| Åpen munn | 135 |
| Å stryke håret vekk fra ansiktet..... | 135 |
| Å smile | 135 |
| Blinking..... | 135 |
| Lukke øyne lengre enn det normalt tar å blinke..... | 136 |
| Å bite seg i leppa..... | 136 |
| Slikke seg på leppene..... | 136 |
| Å klø seg på nesa..... | 137 |
| Å sende små, kjappe blikk..... | 137 |
| Å senke blikket..... | 137 |
| Å se opp eller til siden | 138 |
| Vandrende blikk | 138 |
| Skuing | 138 |
| Å nikke med hodet..... | 138 |
| Overdreven nikking | 139 |
| Å stramme leppene..... | 139 |
| Å vippe på hodet | 139 |
| Å løfte/rynke øyenbrynene..... | 139 |
| Flimrende nesebor..... | 139 |
| Stryke seg på haken | 140 |
| Gjesping | 140 |
| Kremting..... | 140 |
| Dytte brillene på plass med en liten rynke..... | 140 |
| Korte og lange åndedrag (pust)..... | 140 |
| Kroppbevegelser..... | 141 |
| Tvinne håret..... | 141 |
| Å lene seg mot noen..... | 142 |
| Lene seg bakover | 142 |
| Å skifte vekten fra side til side..... | 142 |
| Å massere pannen eller øreflippene..... | 142 |
| Sammensunken stilling | 143 |
| Fikler med hår eller smykker, retter på slipset, justerer kragen osv | 143 |
| Stikker fram brystet..... | 143 |
| Sette hendene i siden, med bred beinstilling..... | 143 |
| Å klø seg på baksiden av hodet eller nakken..... | 143 |
| Slapp holdning med skuldrene..... | 143 |
| Rett i ryggen/ god holdning | 143 |
| Armer og hender | 144 |
| Åpne hendene/håndflatene opp..... | 144 |
| Åpne armer | 144 |
| Å spre armene..... | 144 |
| Peker med fingrene..... | 145 |
| Utover og oppovervendte håndbevegelser | 145 |
| Å gjemme hendene | 145 |
| Håndflatene på brystet | 145 |
| Foldede hender | 145 |
| Lukkete hender | 145 |
| Knyttede never..... | 146 |
| Tromme med fingrene..... | 146 |

| | |
|--|-----|
| Å plukke på neglene..... | 146 |
| Biter negler | 146 |
| Å titte på klokken eller sjekke neglene..... | 146 |
| Å krysse armene | 146 |
| Drar hånda langs låret..... | 147 |
| Drar hendene langs begge lår..... | 147 |
| Stikke tomlene innenfor belte | 147 |
| Finger peking..... | 147 |
| Føttene..... | 147 |
| Å stå med beina samlet..... | 147 |
| Å stå med beina fra hverandre | 148 |
| Å peke føttene og tærne innover | 148 |
| Å åpne føtter | 148 |
| Å fikle med føttene | 148 |
| Å krysse beina | 148 |
| Krysset føtter ved anklene..... | 149 |
| Å peke tærne mot døren | 149 |
| Føttene under stolen | 149 |
| Lett ben risting | 149 |
| Kraftige ben risting..... | 150 |
| Sparke fysiske på bakken eller i luften..... | 150 |
| Gangen..... | 150 |
| «Hold deg unna!»..... | 150 |
| «Det er jeg som styrer!» | 150 |
| «Jeg har et fantastisk sexliv!» | 150 |
| «Jeg er på krigsstien!» | 151 |
| «Beskytt meg» | 151 |
| «Jeg er kjempeanspent» | 151 |
| «Jeg er en fri sjel» | 151 |
| «Jeg er viktig» | 151 |
| Speiling..... | 152 |
| Slik avslører kroppsspråket om du lyver | 153 |
| Bruk kroppsspråket til å øke din selvtillit og endre andres oppfattelse av deg . | 155 |
| Gjør deg stor | 156 |
| Behovsanalyse..... | 157 |
| Lyttenivåer | 159 |
| Hva er kundens kjøpsmotiv? | 164 |
| Idag / igår / imorgen - modellen for kartlegging av kundebehov..... | 166 |
| IDAG - fasen | 167 |
| IGÅR - fasen | 167 |
| IMORGEN - fasen | 168 |
| Kundens erfaring avgjør valg av salgsstrategi og salgspresentasjon | 168 |
| Kundetyper (personlighetstyper)..... | 170 |
| Problemkunden (Pain In The Neck) | 171 |
| Den rolige, stille kunden | 172 |
| Den veltalende kunden..... | 173 |
| Den nervøse kunden..... | 173 |
| Den aggressive/sinte kunden | 174 |
| Besserwisseren | 175 |
| Den eldre kunden | 176 |

| | |
|---|-----|
| Handikappede kunder | 177 |
| Kjøpegruppens sammensetning må kartlegges ved B2B salg | 177 |
| Kunden kjøper verdier – ikke produkter eller tjenester! | 179 |
| 1. Endringsverdi..... | 180 |
| 2. Effektiviseringsverdi..... | 180 |
| 3. Kostnadskuttverdi | 180 |
| 4. Inntektsøkende verdi..... | 180 |
| 5. Kommunikasjonsverdi | 181 |
| 6. Posisjoneringsverdi | 181 |
| 7. Lanseringsverdi | 181 |
| Hvordan fatter ledere beslutninger?..... | 182 |
| 1. Karismatikere..... | 183 |
| 2. Skeptikere | 183 |
| 3. Tenkere | 184 |
| 4. Followers..... | 184 |
| 5. Kontrollere..... | 185 |
| Hva er en spørreteknikk?..... | 186 |
| Åpne spørsmål..... | 188 |
| Direkte spørsmål | 189 |
| Omformulerende spørsmål..... | 190 |
| Ledende spørsmål | 192 |
| Retoriske spørsmål..... | 193 |
| Projektive spørsmål..... | 194 |
| Salgspresentasjonen | 196 |
| Hva er demonstrasjons teknikk? | 196 |
| Presentasjonsformer i personlig salg..... | 197 |
| Ide – presentasjon | 198 |
| Systempresentasjon..... | 202 |
| Problemløsningsmetoden | 202 |
| Detaljpresentasjoner | 203 |
| Foredrag | 203 |
| Manus (Manuskript) | 207 |
| Generelle råd for salgspresentasjonen..... | 210 |
| Motstander/redningsmann..... | 210 |
| Reflekterende spørsmål..... | 211 |
| Notater på transparenter..... | 211 |
| Kopier bilder, tegninger, utsagn og artikler..... | 212 |
| Dobbelt budskap..... | 212 |
| Skyld gjennom assosiasjon..... | 213 |
| "Vi er alle sammen om dette" | 214 |
| Popularitet/bandwagon-effekten..... | 215 |
| Ole, Dole og Doffen..... | 215 |
| Glitrende alminneligheter | 216 |
| Myter..... | 217 |
| Fortellinger og eventyr | 218 |
| Metaforer | 218 |
| SPIN - modellen | 219 |
| Argumentasjonsfasen | 219 |
| Produktkart | 220 |
| Profilkart | 220 |

| | |
|--|-----|
| Økonomisk argumentasjon..... | 221 |
| Bred - Ja – port | 222 |
| ÅFK (Årsak - Fordel - Konsekvens) modellen | 223 |
| Hvordan lage en stor "Å" ? | 225 |
| B.A. metoden | 225 |
| Spørremetoden | 226 |
| Tredjeperson metoden | 226 |
| Hvordan argumentere for F (Fordelen)..... | 227 |
| EFU - METODEN (Egenskap - Fordel - Utbytte)..... | 227 |
| Økonomisk argumentasjon (ØA) i salg..... | 229 |
| Kundetype/profil..... | 229 |
| Plass i kjøpegruppen..... | 230 |
| Organisasjon..... | 230 |
| Prosesser..... | 233 |
| Strategiske områder | 234 |
| Pay-back metoden | 235 |
| Salg av USP (Unike Salgs Poeng)..... | 236 |
| "MAKE - OR - BUY" (Kjøpe eller produsere selv ?)..... | 237 |
| "EIE ELLER LEIE" anleggsmidler/tjenester o.l..... | 238 |
| Innvendinger..... | 241 |
| Bumerang – metoden..... | 243 |
| Ørepropp metoden | 244 |
| Tømming og låsing..... | 244 |
| Ja..., men... – metoden | 245 |
| Gjenta/forsterke..... | 246 |
| Projeksjon..... | 247 |
| Preventiv argumentering | 249 |
| Forhandlingsteknikk..... | 251 |
| Hva kjennetegner den dyktige forhandleren? | 252 |
| Hvordan vinne forhandlingene? | 253 |
| Makt..... | 253 |
| Informasjon | 254 |
| Tid..... | 254 |
| Kundens forhandlingstriks | 255 |
| Tilfredsstillende behov (Dette er bra, men..)..... | 255 |
| Komme på salg (Nye, bedre, rimeligere...) | 256 |
| Innbytte (Mellomlegget) | 256 |
| Hva om (Dobbelt så mange, volumrabatt..) | 256 |
| Bruke salgstid (En gang til, flere må se...) | 257 |
| Ekstra/inklusive | 257 |
| Referanse | 257 |
| Ta sjansen..... | 257 |
| Forhåndsundersøkelser. | 258 |
| Ultimatum (Hvis ikke, dersom...) | 258 |
| Be om tilbud (Dette må vi ha skriftlig) | 258 |
| Re-forhandlinger (Vi er pålagt, må spare, redusere...) | 258 |
| Unngå stillingskrig (Posisjonsforhandling)..... | 259 |
| Posisjonsforhandling..... | 261 |
| Prinsippforhandlinger..... | 264 |
| 1. Menneske. | 264 |

| | |
|--|-----|
| 2. Interesser | 265 |
| 3. Muligheter | 265 |
| 4. Kriterier | 265 |
| Arbeidsmetodikk | 266 |
| Skill mellom sak og person | 267 |
| 1. Oppfatninger | 268 |
| 2. Følelser | 271 |
| 3. Kommunikasjon | 272 |
| Fokuser på interesser og behov, ikke posisjoner | 273 |
| Imøtegå kundens behov og ønsker..... | 274 |
| Skap muligheter for gjensidige fordeler..... | 275 |
| Bruk kundens ideer | 276 |
| Etabler samarbeid/partnerskap | 276 |
| Krev bruk av objektive kriterier under forhandlinger | 277 |
| "Hvordan skal disse kriteriene diskuteres med kunden ?" | 279 |
| Fokuser på delaksept og "commitment" | 279 |
| "Hvordan skal disse kriteriene diskuteres med kunden ?" | 279 |
| Fokuser på delaksept og "commitment" | 280 |
| Kjøpslåing og forhandling..... | 280 |
| Finn ditt BATFOL! | 282 |
| Oppsummering av anbefalt forhandlingsteknikk..... | 284 |
| Preventiv argumentering..... | 284 |
| Posisjonsforhandlinger | 284 |
| Prinsippforhandlinger | 285 |
| Delaksepter og commitment gjennom: | 285 |
| Posisjonsforhandlinger | 285 |
| Prinsippforhandlinger | 285 |
| Delaksepter og commitment gjennom:..... | 285 |
| Økonomisk argumentasjon | 286 |
| BATFOL | 286 |
| Mental styrke/holdning..... | 286 |
| Avslutningsfasen og avslutningsteknikker i salg..... | 287 |
| Mersalg og igjenkjøp strategi etter ordren | 289 |
| Del-beslutning (Commitment) i salg | 290 |
| Direkte forslag..... | 292 |
| Alternativmetoden | 292 |
| Dobbelt så mange..... | 293 |
| Vanskelighetsmetoden | 294 |
| Møteledelse | 295 |
| Den strategiske betydningen..... | 297 |
| Unngå meningsløse møter | 299 |
| Møtegrunner | 300 |
| Lede eller delta? | 303 |
| Kardinalregel - Gå aldri i et møte uten å ha et klart mål for møtet..... | 304 |
| Strategier for å lede møtet i riktig retning | 307 |
| Hvordan forberede et møte? | 308 |
| Å bruke rollebesetningen | 310 |
| Agendaen | 311 |
| Skill sak og prosess | 312 |
| Skill problemer og mennesker | 312 |

| | |
|---|-----|
| Gangen i diskusjonen | 313 |
| Regler, vaner og etikk..... | 313 |
| Gjennomslag for egne ideer | 314 |
| Bryt ikke møtedeltakernes forventningsramme | 317 |
| Økonomisk argumentasjon | 317 |
| Bevegelsemetoden | 317 |
| Alternativmetoden..... | 318 |
| Gi det rette førsteinntrykket | 318 |

Brukervilkår (terms of use)

Dette er en e-bok basert på artikkelserier fra:

<http://kunnskapssenteret.com/>

E-boken er lastet ned for personlig bruk. Det er ikke lov til å kopiere innholdet eller spre det til andre uten skriftlig samtykke på forhånd. Andre kan laste ned sin egen e-bok herfra:

<http://kunnskapssenteret.com/ebooks/>

Ønsker du å bruke artikkelserien som en del av et undervisningsopplegg kan du inngå en klasse- eller partneravtale som gir deg muligheten til å distribuere kopier til alle dine elever og kursdeltakere. Nærmere informasjon finner du her:

<http://kunnskapssenteret.com/abonnement/>

Kort om Kjetil Sander (f.1968)

Etter at Kjetil ble uteksaminert fra NMH/BI i 1996 jobbet han først som markeds- og systemsjef i NorgesGruppen Servering ASA, før han kastet seg på ".com-bølgen" og ble "grunder" og "forretningsutvikler".



Siden slutten av 1990-tallet har han vært involvert i mer enn 10 selskaps-etableringer og enda flere spin-off og konsepter. Selv om hovedvekten har vært IT relaterte selskaper og konsepter, har han også vært med på å etablere alt fra barer og klesforretning til konsulent-, telemarketing-, eiendoms- og reiselivsselskap. Noe som har gjort han til en ressursperson innen forretningsutvikling og -drift generelt.

På fritiden har han også bygd opp Kunnskapssenteret.com siden 2001, hvor han har fungert som ansvarlig redaktør og skrevet de drøye 2100 artiklene på høtskole- og universitetsnivå som ligger her (per nov. 2015).

I tillegg driver han flere egenutviklede portaler og nettavis, ved siden av å jobbe som daglig leder for webbyrådet og hostingsselskapet OnNet AS i Oslo. Samtidig som han har styreverv i flere norske og utenlandske selskaper.

Nettsider: <http://kunnskapssenteret.com>

Facebook: <http://facebook.com/kunnskapssenteret.com/>

E-post: redaksjonen@kunnskapssenteret.com