

# ARPI Academy

Lederutvikling, Prestasjonsledelse, Situasjonsbestemt ledelse



Hva ville det bety  
for deg og din bedrift  
om du omsetter 30-70% bedre  
i alle salgsmøter eller på nett?  
Hvis dette lyder spennende  
så les videre

ARPI Academy tilbyr nå Business Coaching Program. Programmet går over 6 dager med 2 dager pr. måned. Individuell coaching avtales underveis. alt med effektiv blanding av teoripåfyll, coaching og praktisk trening. Både teori og trening kan tilpasses spesielle behov for de som har mentorprogram, hvor vi sammen utvikler din kompetanse på det/de mest aktuelle områder i salgsarbeidet. All trening er basert på dine egne produkter og egne kundecases.

**Bestselgeren er hjertet i ethvert firma.** Uten dyktige salgs- og servicemedarbeidere dør organisasjonen. Effektive selgere og gode servicemedarbeidere er avgjørende for bunnlinja.

Du må finne **din egen stil**. Ingen blir gode selgere ved å kopiere andre. Du må legge noe til. Å stille seg selv spørsmål er en god metode for forbedring. Du må tillate deg selv å **prøve, feile og lykkes**. Det er mer effektivt enn å få svaret servert på et fat. Hvorfor? Fordi spørsmål gir oppdagelser mens svar gir opplevelser. Hva er forskjellen?

Opplevelse er å være med på noe. Det er en passiv læreform.

**Oppdagelser er aktiv læring.** De engasjerer både høyre og venstre side av hjernen. Oppdagelser huskes bedre fordi de er våre egne.

I dette kurset viser vi deg hvordan du best kommuniserer med dine ulike kunder. Vi deler kundene inn i fire kategorier som har hver sin atferdsstil; **rød, gul, grønn** og **blå**.

Atferdsstilen bestemmer innkjøpsstilen. Innkjøpsstilen avgjør hvordan du best kommuniserer med den enkelte kunde gjennom 24 ferdigheter.

## Guide for "å lese" mennesker

Enhver kunde er enestående og har sitt eget foretrukne kjøpsmønster. Det er altfor tidkrevende å kartlegge alle kundene ned til den minste detalj. Du kommer langt med å kartlegge kundens primære atferdsstil. Hensikten med "guide for å lese mennesker" er å hjelpe deg til å foreta en grovsortering.

Du plasserer kunden din i en de fire hovedatferdsstilene; **rød, gul, grønn** eller **blå**. Slik kan du raskt tilpasse deg den kommunikasjonen som din kunde forventes å bruke.

## Salgets grunnlov

§ 1: Kunder er redde

§ 2: Du skal behandle kunden som du selv ønsker å bli behandlet

§ 3: Sett aldri kunden i forlegenhet

§ 4: Hold fokus

§ 5: Du skal dekke kundens behov

§ 6: Kundens behov vil variere

§ 7: Gjør det lett for kunden å kjøpe

§ 8: Gjør det enkelt å kjøpe

§ 9: For at dine kunder skal trives, må DU trives

§ 10: Dyrk den gode følelsen

### HUSK: Bestselgeren er motivert

De beste selgerne lar seg motivere mer av indre motivasjonsfaktorer enn utsikten til lettjente penger.

I en norsk undersøkelse definerte man eliteselgeren som en som hadde fire ganger så høy omsetning som en gjennomsnittsselger.

Toppselgeren, som selger to ganger så mye som snittet, kjenner tegnes ved flere kundebesøk og at de



## 6 faser med 24 ferdigheter

6 salgsfaser og 24 salgs-ferdigheter (se ferdighetsgrafen). Kurset fordeles opp med 2 dager pr. måned.

Salgsfasene følger etter hverandre i tid. En og samme salgsferdighet kan du trenge i flere av salgsfasene.

Våre godkjente fagmessige kursinnhold innen "Bestselgeren" er din personlige Biblioterapi.

**Biblioterapi er en terapiform som du får når du leser.** Lesing mellom kundebesøkene gjør deg bedre. Forskning på selvhjelpsbøker om tanker og følelser viser at terapeuter som foreskriver bøker til sine pasienter, oppnår bedre resultater enn de terapeutene som ikke gjør det.

**86 prosent** av pasientene rapporterte **bedring** når de leste selvhjelpsbøker mellom konsultasjonene.

Når du leser, vil du oppleve at

du fungerer bedre i jobben din. Hvorfor? Jo, fordi **kjøp og salg er følelser**. Både du og dine kunder føler slik de tenker. Kunnskap endrer din tenkemåte. Og derved endrer du måten du føler på. Når du føler for salg, smittes kunden av lysten til å kjøpe.

Vi har utviklet en modell som hjelper deg til å forstå salgsprosessen. Bruk den til å holde oversikt over hvor kunden er til enhver tid (tilpasses dine produkter, tjenester eller konsepter) og som hjelp til hvilke ferdigheter du skal bruke. Kunder er ulike og følger sine egne veier, din jobb er derfor å føre dem riktig retning. Det er stor forskjell på å ekspedere en forbruker som har bestemt seg for en vare han/hun vil kjøpe, enn å drive oppsøkende relasjonsbyggende salg og omtalesalg (Internett & sosiale media) av tjenester mot et marked med uklare behov.

brukte rabatter for å selge kvantum. Eliteselgeren derimot kjennetegnes av at:

- 1) de hadde en serviceorientert organisasjon rundt seg
- 2) de var flinkere til å behandle innvendinger på pris
- 3) kundene skaffet dem nye kunder
- 4) de anbefalte konkurrenten når denne var bedre

De man enkelte selger til eller “kun” ekspederer til.

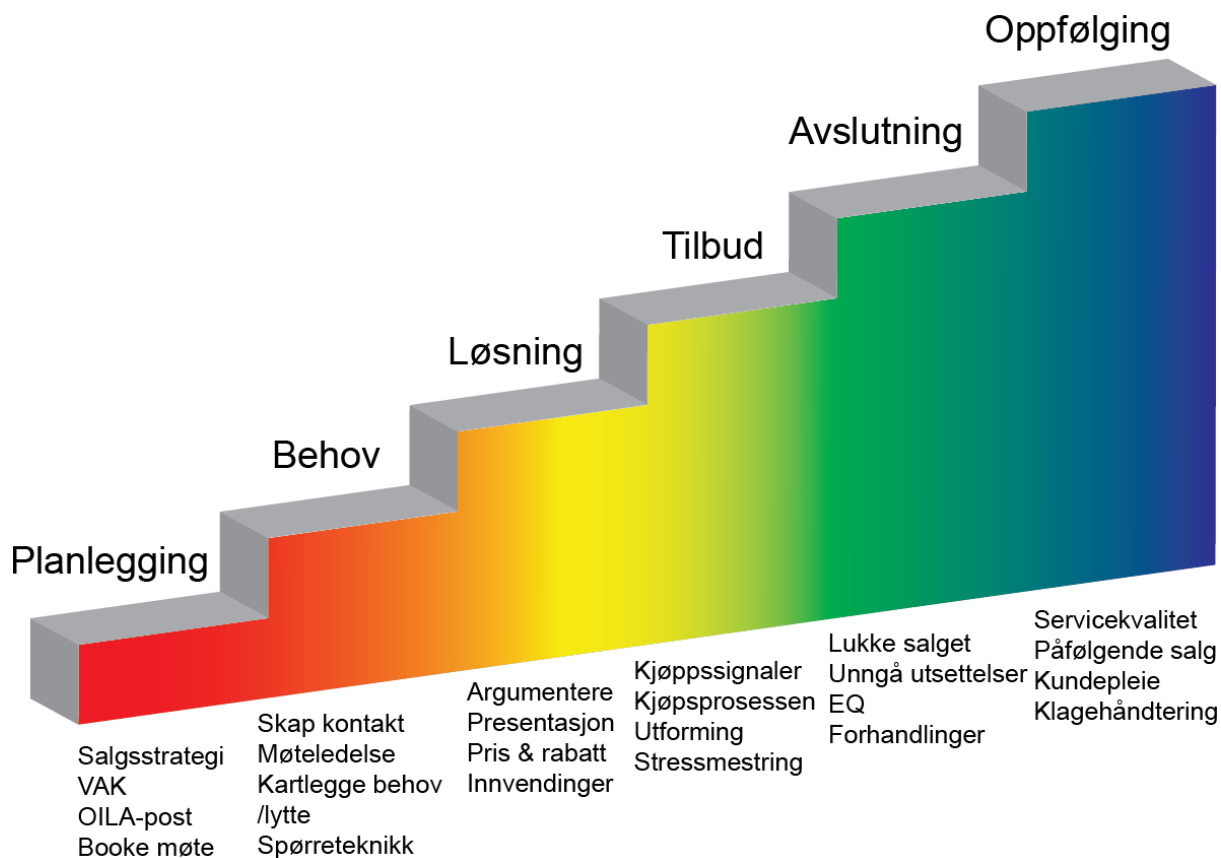
Vi er alle selgere! Salg og service inngår nemlig i mange relasjoner, og salgsferdigheter er nyttig for deg både profesjonelt og privat. Den er også nyttig uansett hvilket yrke du har, salg er kommunikasjon.

Det er kommunikasjon med din potensielle kunde, men også med deg selv. For dette er selve målet med kurset; å inspirere deg til å bli den beste selgeren du har mulighet til å være. Vi kaller de dyktige selgerne for bestselgere.

En bestselger har skjønnet at salg er en troverdig blanding av kommunikasjon, følelser og teknikk.

Når du blir “Bestselger- en”, vil du oppleve at du fungerer bedre i jobben din. Hvorfor? Jo, fordi kjøp og salg er følelse. Kunnskap vi lærer deg vil endre din tenkemåte, og derved endrer du måten du føler på og handler på. Når du føler for salg, omtale og markedsføring, smittes kunden av lysten til å kjøpe.

Uansett om du er en del av en gruppe (firma eller avdeling) eller alene, må du finne din egen stil.





## FÅ PERSONLIG SUKSESS

Ønsker du:

- ✓ å sikre din personlige suksess for å komme videre med karrieren?
- ✓ selge med suksess for å maksimere salget?
- ✓ maksimere effektiviteten for å selge dine produktet eller tjenester raskt?

**Skal du bli en bestselger...så bli med!**

### KURS GJENNOMFØRING:

Gjennomføres som åpent kurs eller bedriftsinternt.

Diverse stikkord:

- ✓ Dialogbasert undervisning
- ✓ Gruppearbeid
- ✓ Salgstrening med egne produkter/tjenester og kundecases
- ✓ Gruppestørrelse opp til ca. 8 personer
- ✓ Omfattende arbeidshefte for notater og analyser
- ✓ Maler for de ulike faser i salget
- ✓ Salgsplanlegging
- ✓ Salgsbudsjett
- ✓ Tidsstyring
- ✓ Motivasjon
- ✓ Aktivitetsplan som sørger for at du når dine mål

## PLANLEGGING

### 1. Salgsstrategi

#### Hensikt

Å finne kunden kostnadseffektivt.

#### Grunnleggende suksessfaktorer

«Latskap» satt i system dvs. at du selger med størst mulig fortjeneste med minst mulig forbruk av tid, krefter og penger.

#### Suksesskriterier

Du vet at du har planlagt godt når du har gjort jobben riktig første gang.

### 2. VAK Analyse

#### Hensikt

At du raskt og effektivt kommuniserer med dine ulike kunder på deres premisser.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Evnen til å spille på ulike sansepreferanser.

#### Suksesskriterier

Du er troverdig når kropp og ord kommuniserer det samme.

### 3. OILA-post

#### Hensikt

Å selge dine produkter.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Responstrate.

#### Suksesskriterier

Når kunden gjør som du ber han/henne om, vet du at OILA-posten fungerer.

### 4. Booke møte

#### Hensikt

Å avtale et møte

#### Grunnleggende suksessfaktor

Antall møteavtaler. Hvordan er din evne til å få kunden til å avtale et konkret tidspunkt og sted for en salgssamtale?

#### Suksesskriterier

Hitrate på > 80%.

## BEHOV

### 5. Skape kontakt

#### Hensikt

Å vekke oppmerksomhet og interesse Sam-tidig som du bygger tillit.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Å være tilstede.

#### Suksesskriterier

Din samtalepartner ser på deg, lytter og følger dine bevegelser.

### 6. Møteledelse

#### Hensikt

Å få kunden til å åpne seg, fortelle om sine behov og dermed komme et steg videre i salgsprosessen.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Å få kunden til å føle seg vel ved å se kundens ulike synspunkter, lytte til kundens uttalte ønsker og fange opp kundenes uttalte behov.

#### Suksesskriterier

Når kunden blir aktiv og begynner å snakke om temaer du ikke har berørt.

### 7. Kartlegge behov/lytte

#### Hensikt

Å klargjøre situasjonen og å komme til felles enighet om utfordringen.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Kundetilfredshet.

#### Suksesskriterier

Oppriktig interesse i kundens liv.

### 8. Spørreteknikk

#### Hensikt

Å styre oppmerksomheten mot dine produkter.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Evnen til å stille avslørende spørsmål på en tilforlatelig og naturlig måte.

#### Suksesskriterier

Kunden forteller om sin smerte.

## LØSNING

### 9. Argumentere

#### Hensikt

Å overbevise kunden om at din løsning er den beste.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Lønnsomhet.

#### Suksesskriterier

Avanse.

### 10. Presentasjon

#### Hensikt

Å få kunden til å ta eierskap til produktet - og like det. Du skal vise kunden at ditt produkt tilfredsstiller hans/hennes ønsker, krav og behov.

#### Grunnleggende suksessfaktorer

Presenter det kunden er opptatt av.

#### Suksesskriterier

Kunden ser seg selv bruke produktet, snakker om hvordan de vil være å eie det og prøver det som om det var sitt.

### 11. Pris og rabatt

#### Hensikt

Å oppnå størst mulig fortjenestemargin.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Vent med pris og rabattspørsmål til lysten på produktet er maksimal.

#### Suksesskriterier

Lav rabatt eller stort salgspotensial.

### 12. Innvendinger

#### Hensikt

Å forankre beslutningen om kjøp.

#### Grunnleggende suksessfaktor

Å skille mellom ekte og falske innvendinger.

#### Suksesskriterier

Du kurerer kundens bekymringer.

**TILBUD**

*13. Kjøpssignaler*

**Hensikt**

Å legge til rette forkjøp ved å innfri kundens forventninger.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Forvent kjøp.

**Suksesskriterier**

Kjøpssignalene blir gjentatte og tydeligere.

*14. Kjøpsprosessen*

**Hensikt**

Å lede kunden til kjøp.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Gjør det lett å kjøpe av deg.

**Suksesskriterier**

Kunden slapper av.

*15. Utforming*

**Hensikt**

Å utforme et tilbud som gjør at kunden kjøper av deg.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Kjøpsfrekvens.

**Suksesskriterier**

Kunden slår til på tilbudet ditt, og du vet at du har laget et godt nok tilbud.

*16. Stressmestring*

**Hensikt**

Å håndtere både kundens og ditt eget negative stress.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Kunnskap om stress og stressreaksjoner, samt kompetanse i stressmestring.

**Suksesskriterier**

Du holder deg i flytsonen.

**AVSLUTNING**

*17. Lukke salget*

**Hensikt**

Å få ordren slik at du og ditt firma tjener penger.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Troverdighet.

**Suksesskriterier**

Kunden sier ja til kjøp.

*18. Unngå utsettelse*

**Hensikt**

Å lukke salget raskest mulig slik at likviditeten blir god.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Kunden kjøper nå.

**Suksesskriterier**

Beslutningsdyktighet.

*19. EQ*

**Hensikt**

Å være tilstrekkelig sensitiv for kundens signaler samtidig som du håndterer avvisning.

**Grunnleggende suksessfaktor**

La kundene beholde sin selvspekt uten å føle seg dum, forlegen eller krenket.

**Suksesskriterier**

Du vet at du håndterer dine følelser når du møter en provoserende ubehagelig kunde med trygghet, ro og saklig imøtekommenhet.

*20. Forhandlinger*

**Hensikt**

Å gjøre kunden fornøyd til minst mulig kostnad.

**Grunnleggende suksessfaktor:**

Evne til interesseavveining og tilpasning til kundens atferd.

**Suksesskriterier**

Kunden tar en beslutning.

**OPPFØLGNING**

*21. Servicekvalitet*

**Hensikt**

At kunden skal bli fornøyd, slik at han/hun kjøper, kjøper igjen og anbefale deg til andre.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Kunden kommer tilbake

**Suksesskriterier**

Å ta vare på kundens interesse mellom anskaffelsesperiodene

*22. Påfølgende salg*

**Hensikt**

At kunden velger å kjøpe mer av deg - enten der og da eller at han/hun kommer igjen.

**Suksesskriterier**

Du tjener mer for mindre arbeidsinnsats.

**Suksess**

Du vet at du har lykket når kunden kjøper mer enn han/hun kom for eller oppsøker deg neste gang.

*23. Kundepleie*

**Hensikt**

Å sikre deg at kunden er fornøyd med kjøpet og kommer tilbake for service og påfølgende kjøp.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Troverdighet

**Suksesskriterier**

Kunden kommer tilbake og spør etter deg.

*24. Klagehåndtering*

**Hensikt**

Å få kunden til å oppleve hele klageprosessen som god. Målet er at misfornøyde kunder klager til deg, i stedet for til venner og bekjente. Da kan dere sammen finne en løsning dere begge kan leve med.

**Grunnleggende suksessfaktor**

Begynn der kunden er. La kundene beholde sin selvspekt uten å føle seg dum, forlegen eller krenket.

**Suksesskriterier**

Oppriktig interesse i kundens synspunkt

## KONTAKT; [kay@arpi.no](mailto:kay@arpi.no) eller +47 917 21000

NB: Om du er salgsleder så kan du kjøre dette utviklingsprogrammet for dine medarbeidere. Vi kan også skreddersy ditt eget TTT (Train-The-Trainer konsept) til din bedrift og produkt/tjenester. Ønsker du tilbud på salg-service-Prestasjonsledelse eller Train-The-Trainer konsept så kontakt meg.



Med en kundemasse på 20.000 personer i 1.200 bedrifter er Kay Ellingsen en av de mest erfarne “utviklere” i Skandinavia innen; Atferdspsykologi og organisasjonsutvikling. Forfatter av fagbøker innen salg, service og prestasjonsledelse.

**Bok 1.** Bestselgerens 24 ferdigheter

**Bok 2.** Bestselgerens kommunikasjon

**Bok 3.** Prestasjonsledelse av Bestselgeren

**Bok 4.** Bestselgerens verktøykasse

Hypnoterapeut og NLP Master Practitioner - 4 årig utviklingsprogram med ferdighetstrening med utvikling av 1.800 personer over 5 år. Ref.; Norges Beste Rekrutterer/Fafo forskning. Har utarbeidet atferdsanalyser innen: Realasjonsanalyse, Teamanalyse og Leder stiler. Kay arbeider i dag som fagansvarlig rådgiver/terapeut og kursinstruktør med “laserfokus” Prestasjonsledelse, teamtrening, salg og kundebehandling. Han har over 20 års erfaring (dokumenterer 17 000 timer) fra forbedrings-prosesser i næringslivet og er spesialist på adferdspsykologi og utvikling av mennesker. Dokumenterer topp resultater på salg, service og lederutvikling. Flere av Kay’s kunder har doblet-tredoblet sin omsetning og blitt Gasellebedrifter. Han er kjent for å kvalitetssikre utviklingsprosesser. Han har også vært faglærer på Markedshøgskolen innen fagområde Personlig salg og serviceledelse.

Arpi Academy  
Kay Egil Ellingsen  
Fagansvarlig-Kursinstruktør  
+47 917 21000  
[kay@arpi.no](mailto:kay@arpi.no)