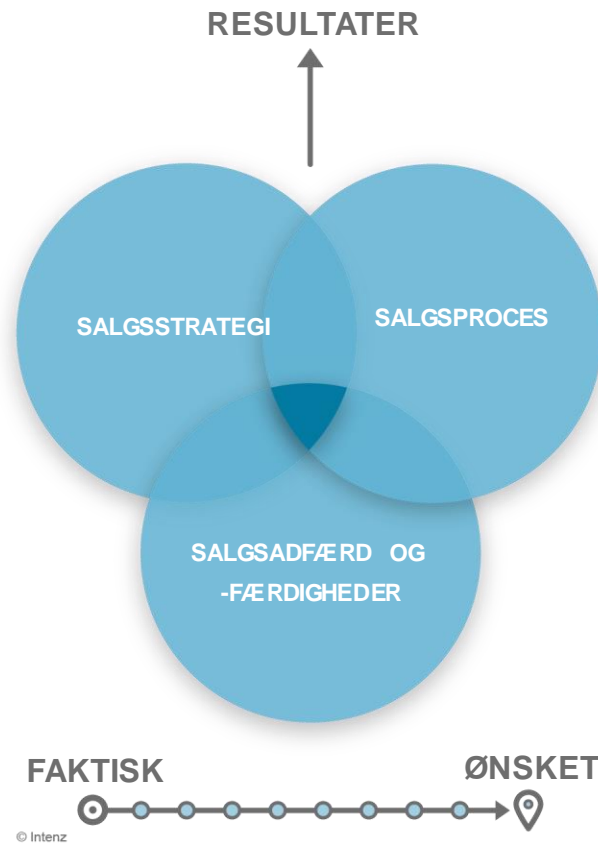


*Sådan udvikler du
salgsorganisationen i at
mestre virtuelt salg*

Tre strategiske elementer i salg



Salgsparadigmer

PRODUKTVÆRDI

BESKRIVELSE

Produktet alene repræsenterer værdien

KOMMUNIKATIONSFORM

- Information
- Overtalelse
- Overbevise
- Transaktion af produkter

FOKUS

- Pris
 - Indhold
 - Betingelser
-

LØSNINGSVÆRDI

BESKRIVELSE

Produktet er en del af en løsning i form af services og komplimenterende produkter, relationer og ekspertviden

KOMMUNIKATIONSFORM

- Afdækning- og styrkelse af behov
- Matche med en løsning

FOKUS

- Løsning
 - Kundens behov
 - Rådgivning
-

FORMÅLSVÆRDI

BESKRIVELSE

Produktet kan være en driver for værdi, men indhold og løsninger samskabes

KOMMUNIKATIONSFORM

- Dialog og nysgerrighed
- Proaktivitet
- Fremtidsfokus

FOKUS

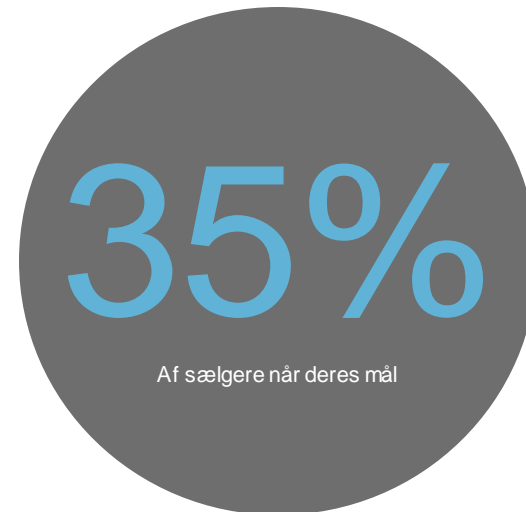
- Værdi
 - Udbytte af samarbejde
 - Tredjeparts værdi
-

Sales Enablement betydning for salget

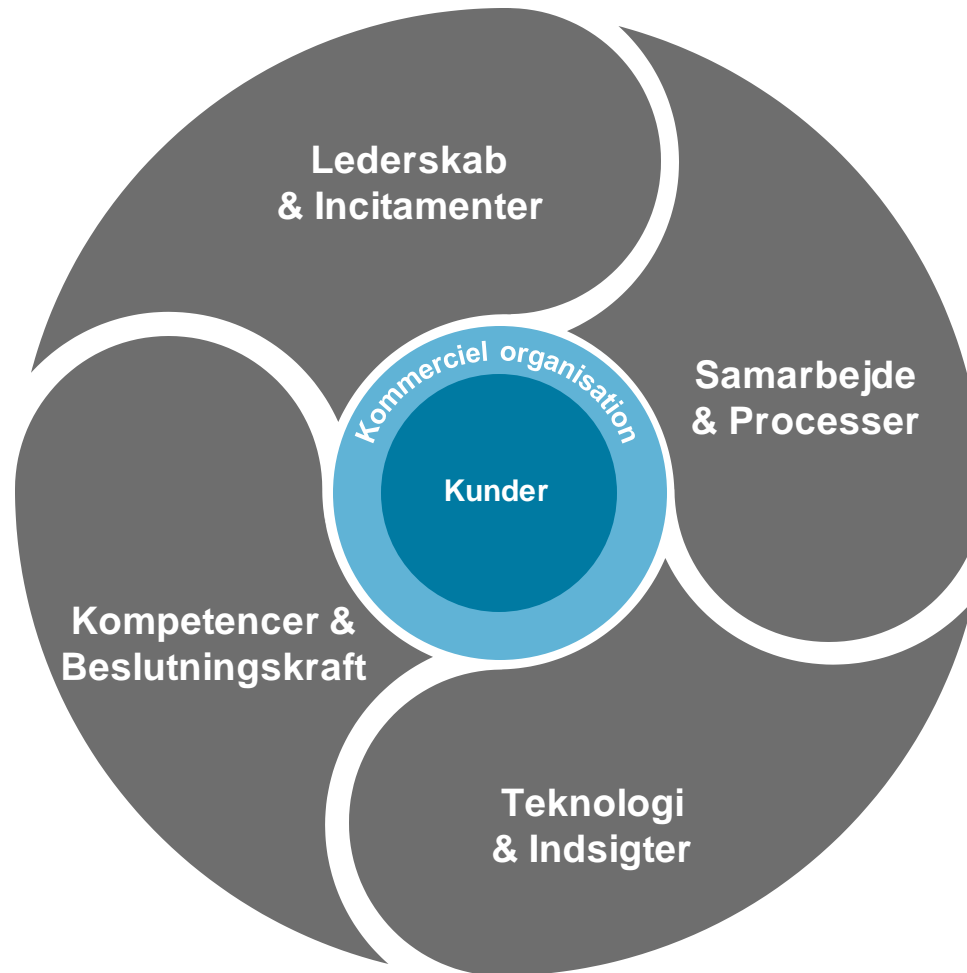
Høj modenhed



Lav modenhed



Sales Enablement



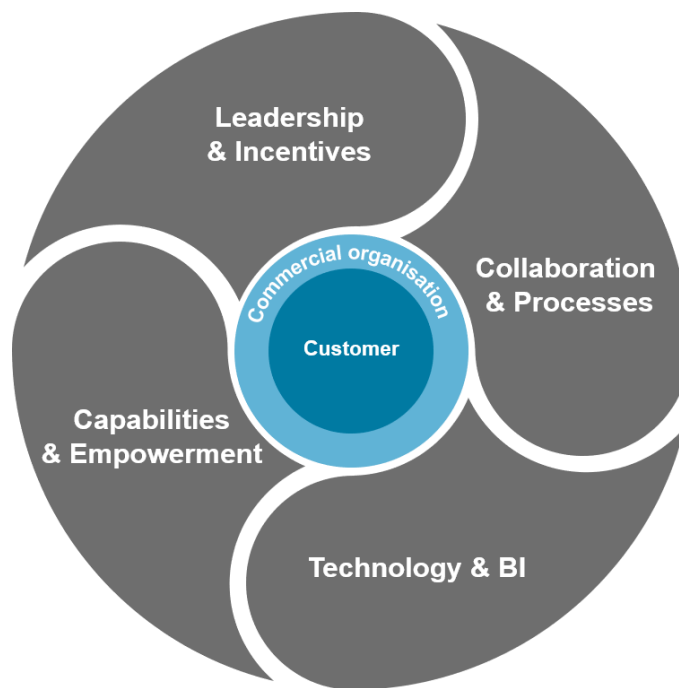
Sales Enablement

Lederskab & Incitament

- Commitment fra topledelse
- Ledelseskompetencer
- Egen tid og prioriteringer
- Incitament struktur
- Salgs KPI'er og -måltal
- Anvende BI og interne indsigter
- Forstå og omsætte data
- Content

Kompetencer & Beslutningskraft

- Assessment af nuværende og påkrævede evner hos alle kundevedte og deres ledere
- Trænings setup
- Coaching og udvikling af medarbejdere & ledere
- Tidsforbrug og prioriteter
- Rammer og ansvar
- Holdninger/indstilling
- Personligt drive og motivation



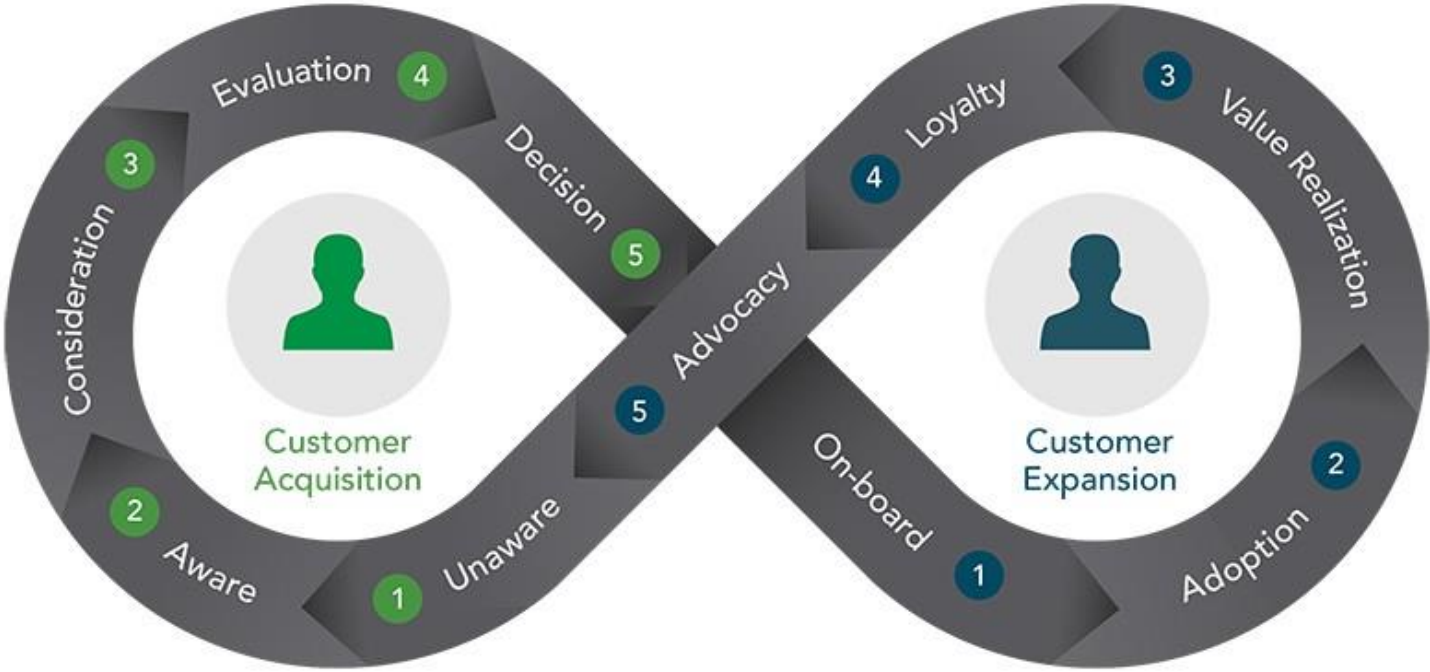
Samarbejde & Processer

- Sales and operations planning
- Samarbejde mellem kundevedte funktioner (intern og eksterne sælgere)
- Samarbejde med salgsunderstøttende funktioner (marketing, PM, indkøb mfl.)
- Roller og ansvar i salgsprocessen
- Organisering
- Salgsprocesser

Teknologi & Indsigter

- Salgsunderstøttende tools
- Salgsstyrning og planlægningsværktøjer
- Kundedata og indsigter
- Brancheviden
- Markedsdata

Customer journey



Virtuel træning

| UGE/EMNE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|---------------|-----------|------|------|-----------|------|------|-----------|------|------|-----------|
| WEBINAR | Orange | | | Orange | | | Orange | | | |
| ONLINE LÆRING | | Grey | Grey | | Grey | Grey | | Grey | Grey | |
| CHECK IN | | | | Blue | | | Blue | | | Blue |
| ADFÆRDSMÅLING | Dark Grey | | | Dark Grey | | | Dark Grey | | | Dark Grey |

Virtuel undervisning

- Nye metoder og værktøjer
- Involvering og dialog
- Kickstart af temaer

Checkins

- Checkins med salgsledere
- Sikre fejring og fremdrift

Online træning

- Collaborativ læring
- On demand
- Opgaver koblet til dagligdagen

Adfærdsmålinger

- Måling af udgangspunkt for træning
- Måling af effekt på salgsadfærden

Temaer i træningen

Struktur

- Struktur for et effektivt virtuelt møde – før, under, efter mødet
- Særlige behov og fokuspunkter online
- Effektiv styring af det virtuelle møde
- Få skabt gode vaner om virtuelle møder

Content

- Forstå kundens situation og kunne koble den til vores løsninger/produkter
- Præsentation af værdi, produkter og koncepter
- Fysisk produkt kontra ide salg og koncepter
- Opbygning af skriftlig præsentation

Relation

- Kropssprog på virtuelt møde – eget og kundens
- At skabe connection online
- Løbende touchpoints
- Ny kontra eksisterende relation
- Tillidsskabelse i online dialogen

Proces

1. Salgsstrategi

Målsætninger

- En klar virtuel salgsfilosofi – hvordan sælge og til hvem
- Klart mandat fra C-level

Indsatser

- Analyse af nuværende salgsstrategi
- Alignment af virtuel salgsstrategi
- Online segmentering

Ressourcer

- 1 – 3 dage

Udbytte

- >10% forøget omsætning (Burgdorf 2019)

2. Salgsproces

Målsætninger

- Kobling af salgsproces og kunderejse
- Sales enablement og effektivisering af salget

Indsatser

- Sales enablement analyse
- Integration af salgs- og serviceproces i den virtuelle kunderejse

Ressourcer

- 2 – 4 dage

Udbytte

- 45% flere når mål (CSO insights)

3. Salgsadfærd

Målsætninger

- Forbedrede færdigheder i virtuelt salg

Indsatser

- Virtuel træning af færdigheder
- Collaborativ læring
- Salgscoaching
- Beskrivelse af Best Practice

Ressourcer

- 10 ugers online træning
- Løbende

Udbytte

- 10% forbedret lukkerate (Miller Heimann)