



INSPIRATOR
KJETIL HELLIESEN

Hvordan skape resultater i salg?

Vi kjøper ikke produkter og tjenester –
vi kjøper løsninger på våre problemer...

Vi handler av de vi liker – og stoler på!

Dette vil vi jobbe med i løpet av dagen...

- **Salg handler om å selge ideer – som kunden ser verdi i**
 - Vi kjøper av de vi liker, tror på og har tillit til - og som lever opp til våre forventninger
- **“6 steg til enighet” – skaper ekstraordinære resultater**
 - En strukturert og effektiv modell som sikrer god fremdrift mot målet (les; SALG)
- **Oppsummering**

Noen ord om meg... *(for dere som ikke var her i går)*

Kjetil Helliesen

- 9 års “fartstid” i Forsvaret (Offisersutdanning/Hærens Krigsskole)
- 18 års som leder + 10 år som konsulent/coach i næringslivet
- Markedsøkonom (Næringsakademiet)
- Topplederutdanning fra AFF (Handelshøyskolen i Bergen)
- Lederutvikling fra Henley University of Reading
- Certified Consultant for Proctor Gallagher Institute

Kontakt:

www.kjetilhelliesen.no

inspirator@kjetilhelliesen.no



Det er kun 2 grunner til at noen vil kjøpe noe;

1. Oppnå en gevinst
2. Unngå ett tap

Det første vi må finne ut når vi møter en potensiell kunde er hvilken av disse de forholder seg til...

Min måte å tenke på:

Salg handler om å HJELPE å løse kundens (B2C)
eller kundens kunder (B2B) sine problemer...

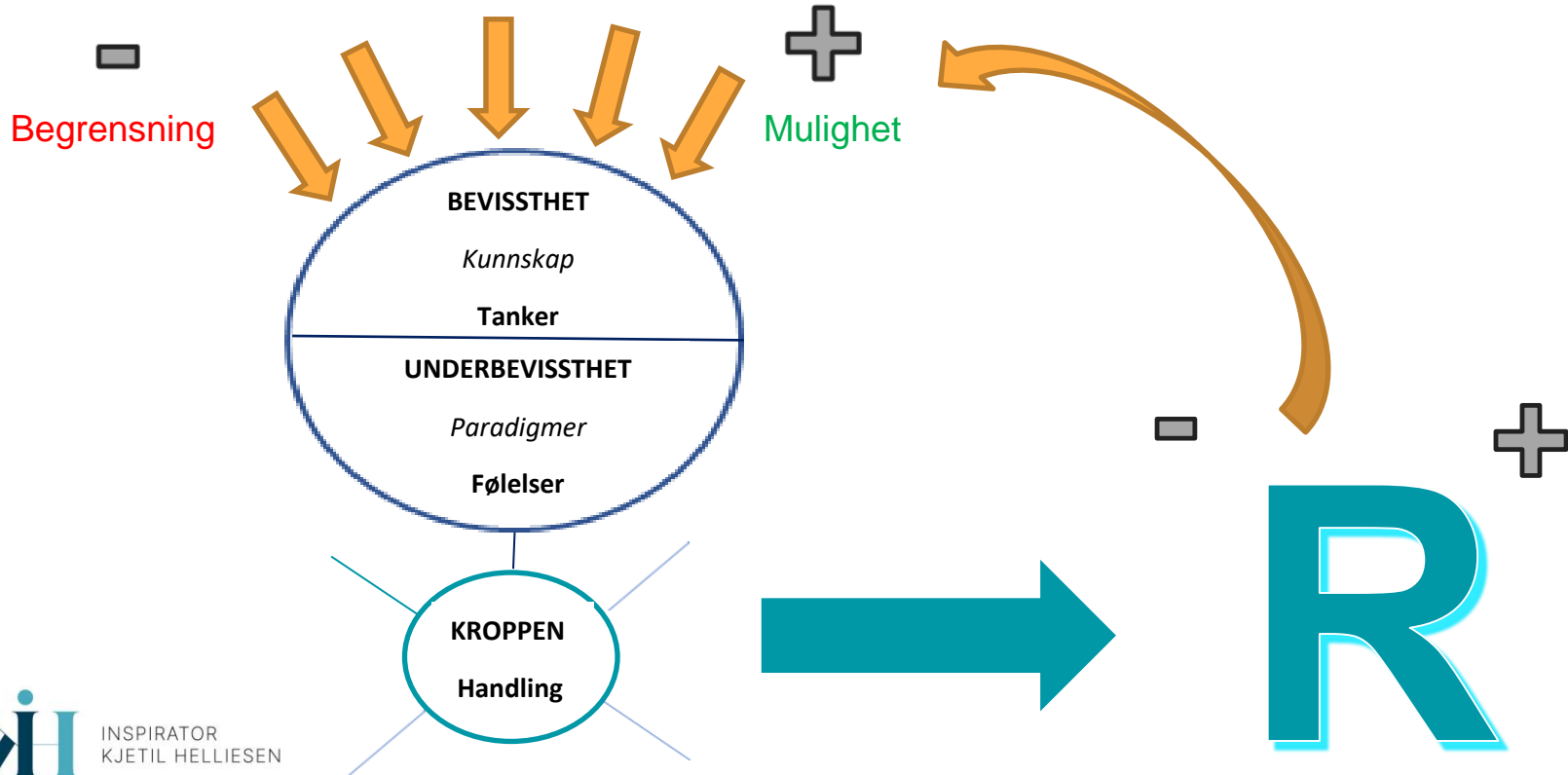
... og mitt MINDSET
er det som bestemmer hva jeg oppnår.

PARADIGMER styrer vårt «Mindset»

- **Paradigmer er** - en serie av oppfattelser, ideer, verdier og vaner, som er “programmert” inn i vår underbevissthet
- Paradigmer er vår etablerte måte å se verden på – vår “virkelighet”.
- Paradigmene ligger lagret i det ubevisste hos oss – og “styrer” vår atferd.
 - *Får jeg dette salget – så vil jeg oppnå min bonus...*
 - *Det er umulig å selge til fordi de alltid bruker sine budsjetter på ...*
 - *Jeg kan HJELPE ... med å oppnå ... gjennom å bistå med min kunnskap og erfaring*

Hva er ditt “motiv” for å drive med salg?

De fleste mennesker styres av ytre påvirkning...



YOUR PERCEPTION

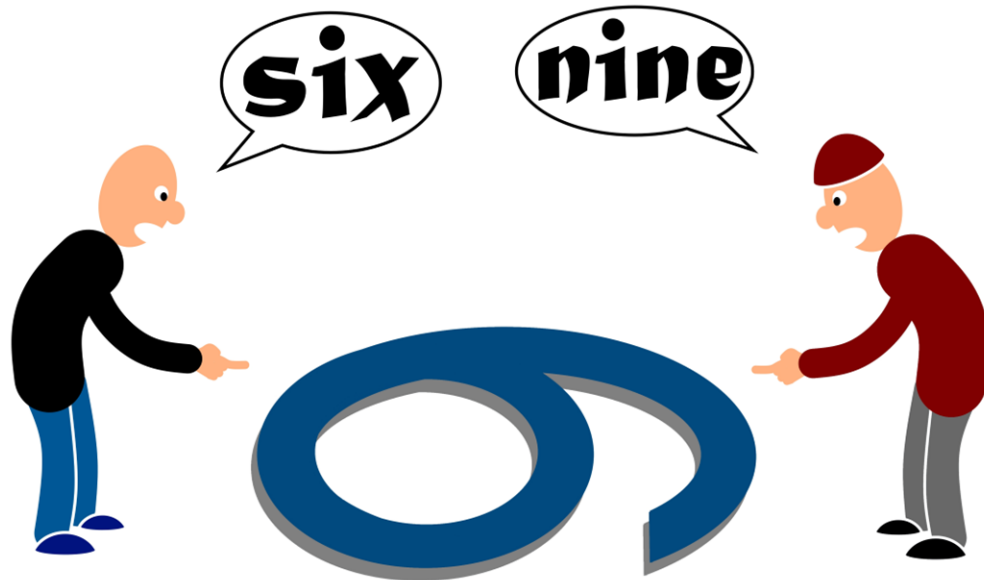


IS YOUR REALITY



INSPIRATOR
KJETIL HELLESEN

Når din oppfattelse av noe endres
- endres din opplevelse....

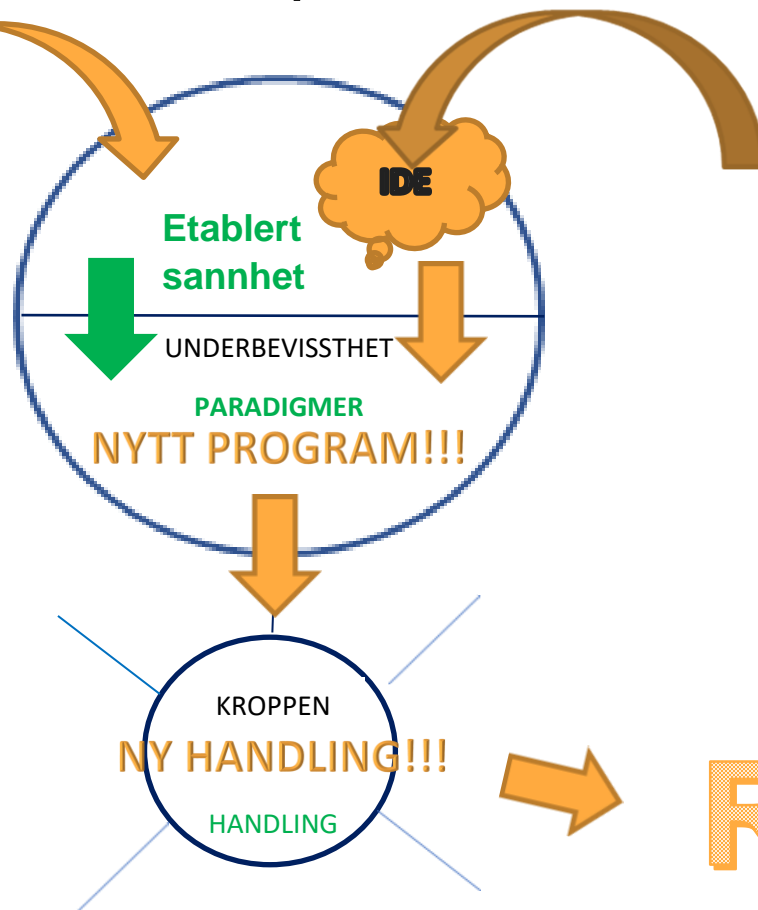


Din endring av opplevelse gir ny **MENING**
og den endrede meningen gir så grunnlag for
nye **RESULTATER**

Hvordan fungerer dette i praksis...?

Gjennom våre **sanser** fanger vi inntrykk:

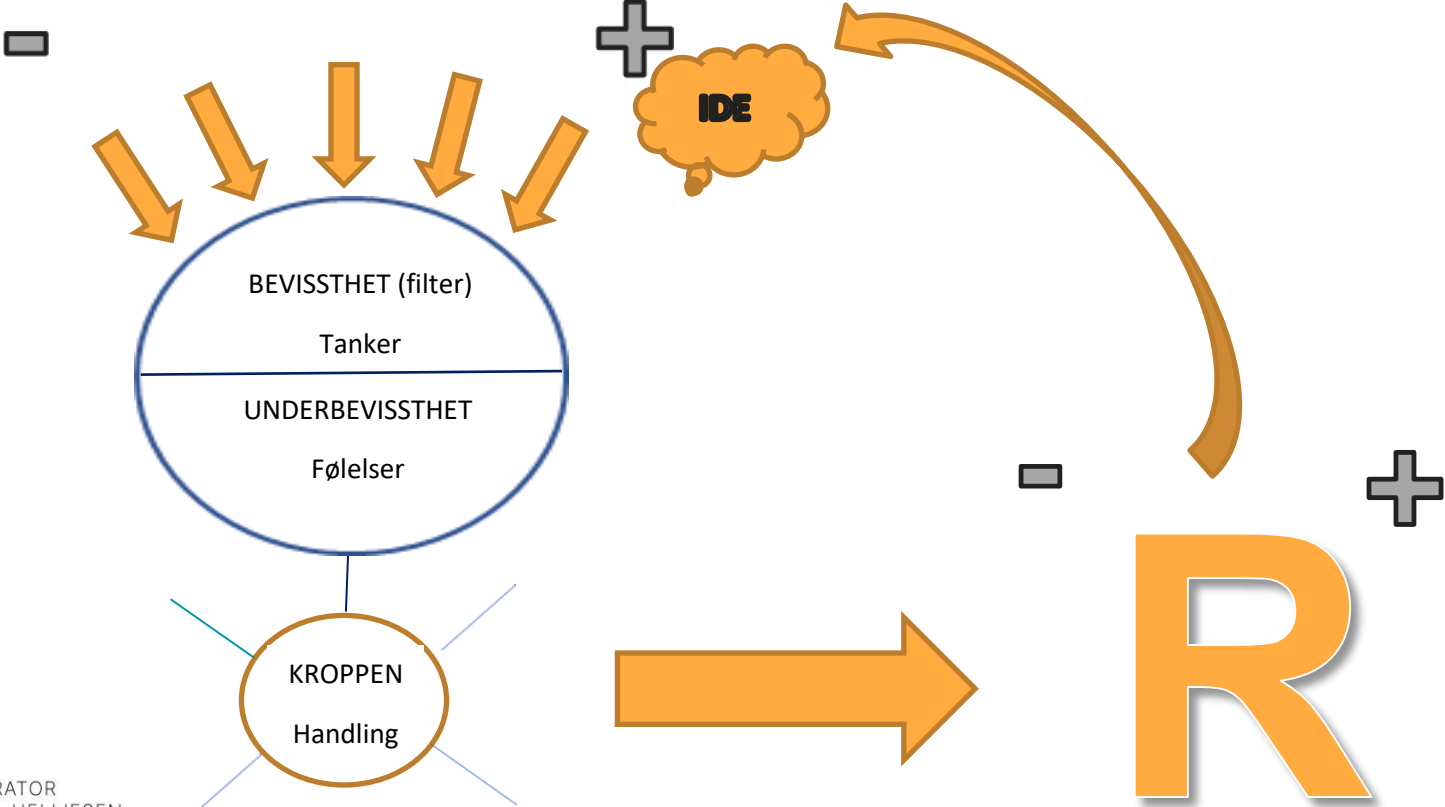
- Se
- Høre
- Lukte
- Smake
- Føle



Ved hjelp av våre **Mentale muskler** «ser» vi nye muligheter:

- Vilje
- Hukommelse
- Persepsjon (oppfattelse)
- Kreativitet/fantasi
- Intuisjon (opplevelse)
- Resonerer/tanke

Dine tanker bestemmer dine salgsresultat...



Da er vi i gang!!!

Hvilke kunnskaper kreves for å lykkes med salg i mediebransjen i 2022?

Hvilke ferdigheter må jeg da mestre for å nyttiggjøre meg disse kunnskapene?

Er jeg villig til å gjøre den jobben det kreves for å nå de resultatene som forventes?

6 steg - som sikrer gode kundeopplevelser!

Denne metoden brukes daglig av tusenvis av mennesker
– som alle leverer på toppnivå innen sitt “fagfelt” –
og den fungerer like godt i alle bransjer og på alle nivå...

De 6 stegene som leder til VERDI – for begge parter!

1. Oppmerksomhet
2. Interesse
3. Ønske
4. Handling
5. Resultat
6. Oppfølging/mersalg

A wooden sign with a quote on a desk. The sign is light-colored wood and is placed on a dark, textured surface. In the background, a white mug and a laptop are visible on a desk.

1. IT IS WHAT IT IS ... ACCEPT IT

It will either control you or you will control it.



INSPIRATOR
KJETIL HELLIESEN

TRINN 1:

OPPMERKSOMHET

Vi må vekke oppmerksomhet!

Den potensielle kunden blir påvirket av enorme mengder informasjon og vår jobb er å sørge for at vi blir «sett».

Vi må skille oss ut fra alle andre...

Det første du må gjøre er å få
prospektet til å
- slutte å tenke –
på det de tenker på...

Du må gjøre deg fortjent til å få
“fremføre” din salgspresentasjon

Oppgave:

List opp 3 måter å få oppmerksomhet.

TRINN 2:

INTERESSE

Vi må skape interesse!

Hva er det vi har å tilby som kan vekke interesse hos den potensielle kunden?

Vi må lede prospektet fra det «logiske» til å vekke følelser...

Først av alt;
Du må selv være interessert!
Både i det du skal selge og
den du skal selge til!

Deretter;
Still spørsmål!

Oppgave:

Forbered ett spørsmål på hver av disse ordene;

Hvem, Hva, Når, Hvor, Hvorfor og Hvordan

TRINN 3:

ØNSKE

Vi må få prospektet til å ønske seg det vi tilbyr!

Her vil vi jobbe med å skape emosjonelle opplevelser – få frem de følelsene som begeistrer.

Vi må lede prospektet til handling...

Hvilken informasjon har du fått -
med bakgrunn i dine spørsmål?

Bygg din kommunikasjon rundt det du
har fått kunnskap om...

Oppgave:

Du har nå bygget tillit og kunden stoler på deg.

Hva vil du si er den største risikoen
– som kan ødelegge for et salg?

TRINN 4:

HANDLING

På tide å «be om ordren»!

Hvis vi ikke er i stand til å «close» – så kan vi ikke selge!

Vi må sørge for at kunden får effekt av det vi har gjort gjennom pkt.1 til 3...

Ha 100% oppmerksomhet hos
prospektet!

Du vil “kjenne på deg” når det er tid for å
be om ordren 😊

Noen enkle “regler” å følge:

- ✓ Vær tydelig og klar på HVA du ønsker at de skal respondere på?
- ✓ Kommuniser dette og oppsummer - gjerne både muntlig og skriftlig
- ✓ Vær bestemt når du kommuniserer – eks: «Da er vi enige om...»
- ✓ Pass på at det du foreslår er en total løsning – ikke bare en del av løsningen.
- ✓ Presenter løsningen uten frykt, nøling og uten feil/mangler!

Oppgave:

Du skal nå “close” I et kundemøte
- og “be om signaturen”.

Bruk gjerne en kjent og aktuell kundesituasjon og
forbered en presentasjon av din løsning...

TRINN 5:

RESULTAT

Vi må bevisstgjøre at prospektet nå har blitt vår kunde!

Den nye kunden må få klarhet i hva det innebærer å være vår kunde – vi bekrefter vårt ansvar fremover.

Vi må bekrefte hva som kreves for å skape resultater...

Det skjer ikke noe før du begynner...

Oppgave:

Du har nå fått en ny kunde – GRATULERER!

Hva vil du si til denne kunden
– før du forlater møtet?

TRINN 6:

OPPFØLGING - MERSALG

Vi må følge opp kunden!

Nå som kunden har tatt sitt valg og benytter våre produkter og tjenester, er det vårt ansvar å sikre at de forblir vår kunde – og blir en god ambassadør overfor andre.

Vi må ha tett kommunikasjon og være «påskrudd»...

Etabler en naturlig oppfølging, sammen
med kunden...

En liten “sjekkliste” du kan bruke...

Leverer du produkter/tjenester – i forhold til det dere har avtalt?

- det hjelper ikke om du mener dette – kunden må oppleve at din oppfølging er god!

Holder du deg oppdatert – slik at du kan tilføre kunden mer verdi?

- skal du få en langsiktig relasjon, må du ha noe nytt å tilføre «forholdet»...

Har du tett og jevnlig dialog med dine kunder?

- igjen – hvilke forventninger har kunden – hva er avtalt...?

Har du flere produkter eller tjenester som din kunde kunne hatt nytte av!

- kunne de fått hjelp til mer enn det de får i dag - ved å kjøpe mer av deg?

Har det skjedd ting hos kunden som du burde visst om...?

Oppsummering

- Det er en stor forskjell på;
 - å være interessert i å være en god selger
 - å være bestemt på å være en god selger
- Valget er DITT og det er kun DU som bestemmer 😊

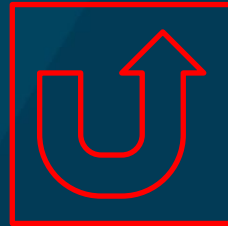
Nå har du fått nesten alt du trenger...

Nå mangler kun en liten
– men viktig – detalj...



Gjelder uansett hvor i “prosessen” du er...

Hva gjør du dersom du oppdager at du
“mister” prospektets oppmerksomhet?



Og helt til slutt
HUSK...



For things to change, YOU have to change. For things to get better, YOU have to get better. For things to improve, YOU have to improve. When YOU grow, EVERYTHING in your life grows with you.

— *Jim Rohn* —

AZ QUOTES



INSPIRATOR
KJETIL HELLESEN

Takk for din deltakelse og

LYKKE TIL MED SALGENE!