

Få den bedste sælgeradfærd på de digitale møder

NAPP & INTENZ
APRIL 2020

Hvem leder den digitale transformation af din salgsorganisation?



A: CMO
B: CSO
C: Covid19



Mads Winther

INTENZ

Niklas Laugesen

NAPP



AGENDA

1. Hvorfor strukturere og træne vores online møder? (Intenz)
2. Før, under og efter et online kundemøde (Napp)
3. Opbyg en playbook for mødetyper (Intenz)
4. Hvordan bruges indsigt og læring til fremtidig forbedring (Napp & Intenz)



Hvilke udfordringer oplever I?

SKRIV I CHATTEN

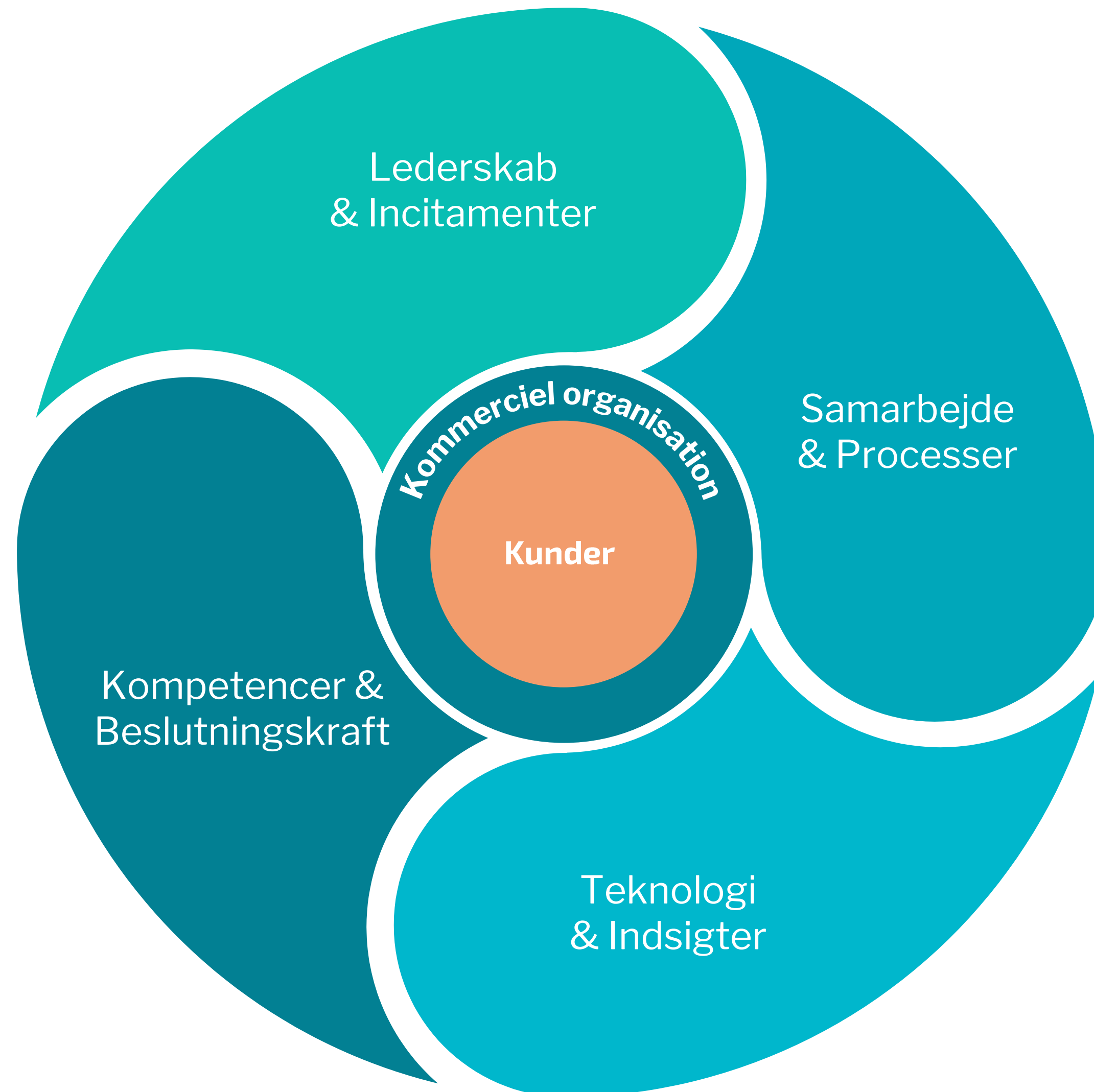


Hvorfor strukturere og træne vores online møder

V/ INTENZ



Hvordan muliggør vi fremtidens salg?



Hvordan kommer vi i gang?

V/ NAPP A/S



HVORDAN KOMMER VI I GANG?

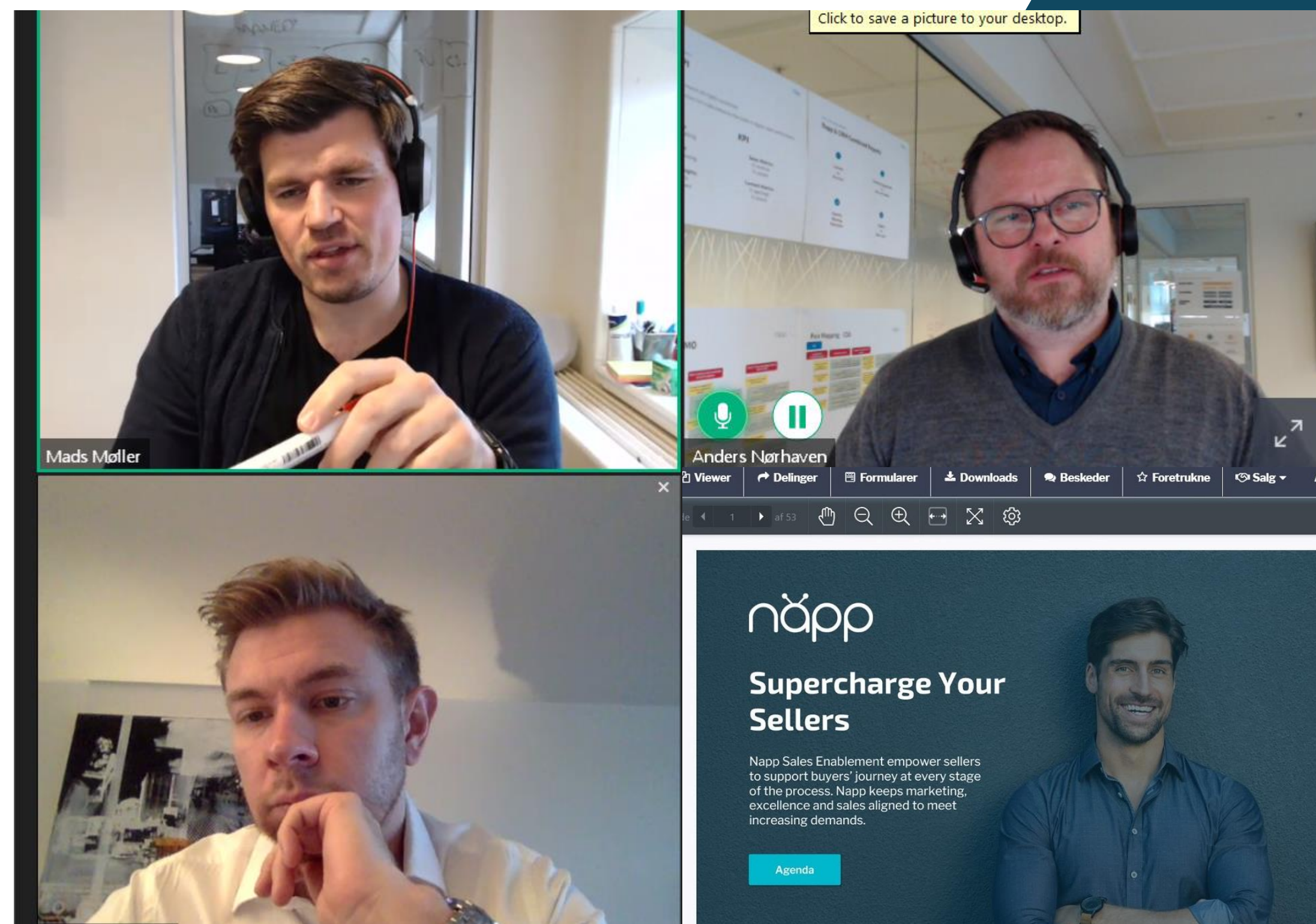
Hvem er Napp®?

Start-up softwarevirksomhed

Internationalisering uden at rejse

3.000+ online møder

35.000+ sælgere, 40 lande



Sales Enablement

81%

Af sælgerne melder om
højere lukkerate

8,2%

Højere indtjening

19%

Reduktion i administrative
tid for sælgerne



PÅ KORT SIGT

Optimering af salgsprocessen



3 faser

FØR, UNDER, EFTER

et kundemøde



Første fase: FØR

HVORDAN FORBEREDER DU DIG



Valg af mødeplatform og udstyr

Mulighederne er mange. Lad kunden vælge!



Valg af udstyr

Sørg for ordentligt udstyr

Et headset skal have ACS (Acoustic Noise Cancelling)

Webcam skal være HD – gerne bredformat 16:9



Jabra Evolve 75



Logitech C920 Pro HD

Undgå det her



Mødebekræftelse

Opstil mål og forventninger for mødet

En bekræftelse bør indeholde:

- **Alle relevante stakeholdere, som accepterer invitationen**
- **Timing**
- **Agenda**
- **Sted og teknologi**
- **Fall back: Call-in nummer**

Send også noget materiale, som du tracker på forinden mødet

Få indblik i kundens købsproces

Tjekliste til forberedelse

Afprøv teknologien i god tid med en kollega

Send noget materiale, track på det

Send mødeinvitation, sørg for forventningsafstemning

Sid i rolige rammer

”Ankom i god tid”

(Afhængig af geografi: Backup internetforbindelse klar, mobilt bredbånd eller lign.)

Opbyg en Playbook

Lav indhold til MØDETYPE:

- **Introduktion & Kvalifikation**
- **Behovsafdækning**
- **Produktdemo**
- **Onboarding**

Lav indhold til MØDEINDHOLDET:

- **Hvad skal hver mødtype indeholde**
- **Hvilken interaktion og information ønskes**
- **Hvad er målet for de enkelte møder**
- **Lav en ramme og tidsplan der sikrer at strukturen holdes**

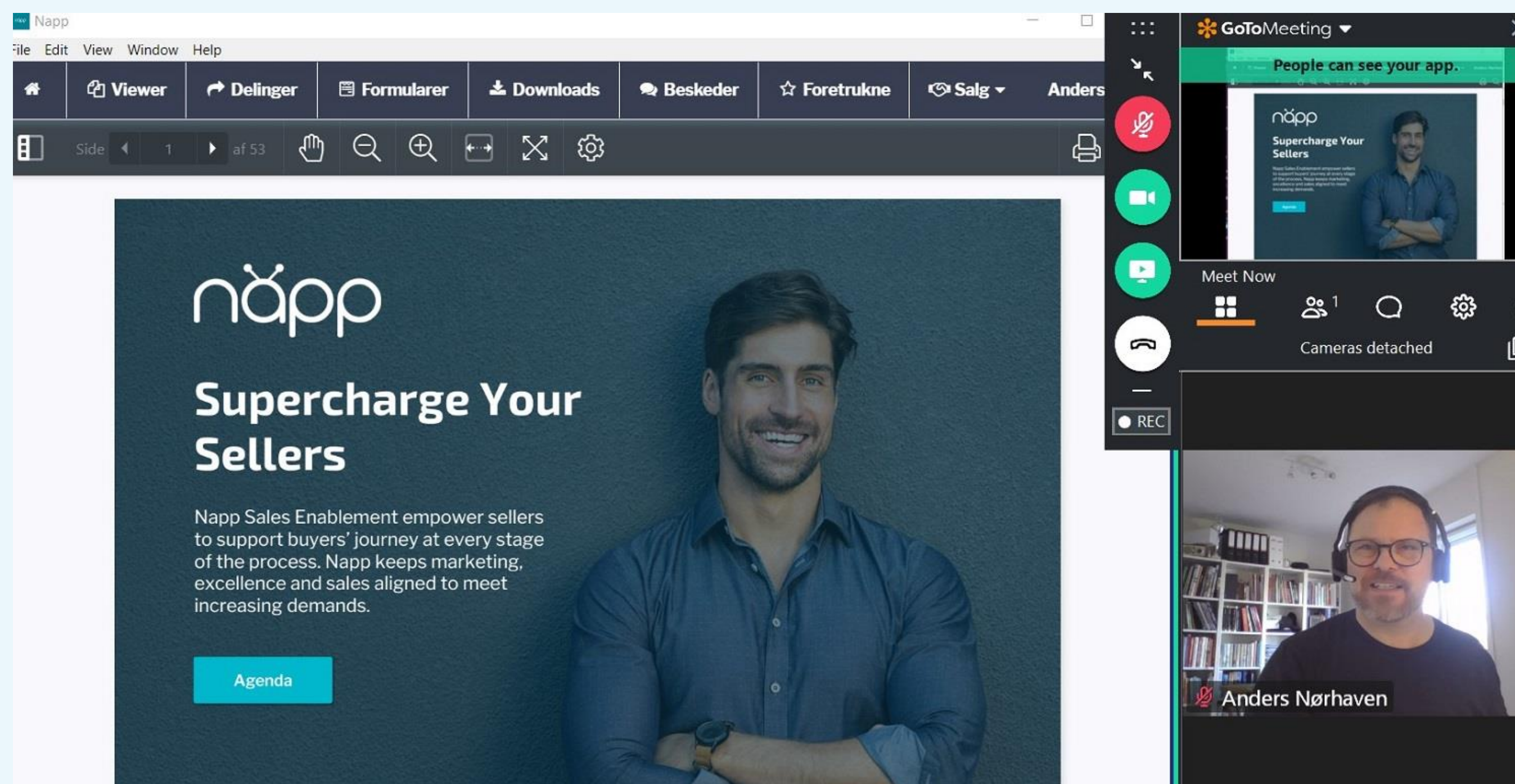
Intet er statisk – du skal øve, træne og justere løbende

Opbyg en playbook

V/ INTENZ



Hvilken mødeoplevelse ønsker du at give din kunde online?



Anden fase: UNDER

DET GODE ONLINE MØDE



Det gode møde

Præsentationsrunde – sørg særligt for navnene på ”mange i samme lokale”

Mødekutyme – mute, spørgsmål, involvering

Teknisk kontrol, undgå uro

Hold det kort

Live case

AFHOLDELSEN AF DET GODE MØDE



Tredje fase: EFTER

EFFEKTIVT OPFØLGNING OG LÆRING

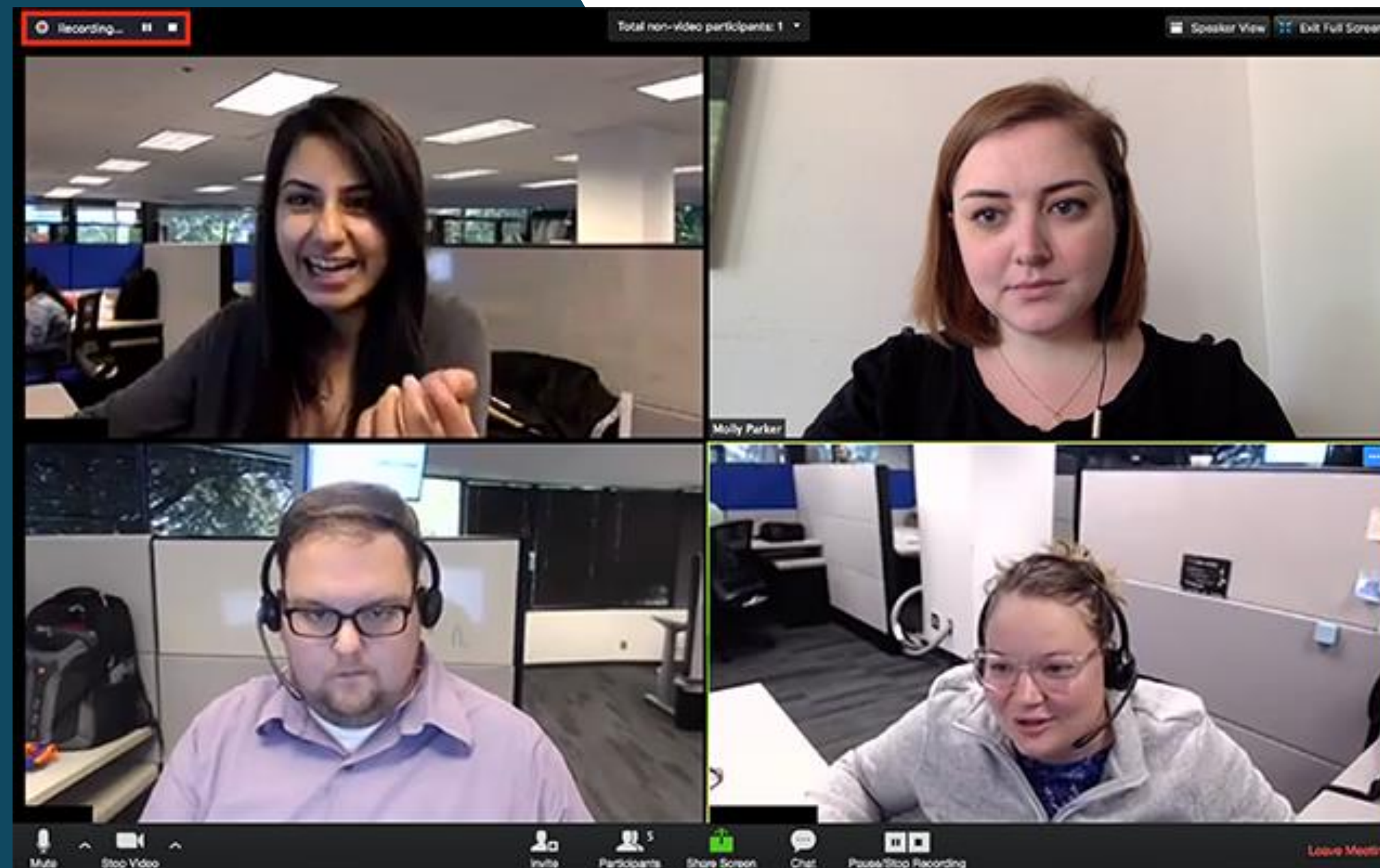


Opfølgning

Afslut mødet med en kort opsummering og todo-liste

- **Lav en opsamling som passer til mødetypen. Professionelt og ensartet**
- **Del materiale. Få indblik i kundens interesser og interaktion**
- **Øge CRM adoption. Lav enkelt og automatiseret opfølgning**
- **Intern opfølgning. Skab effektive kommunikationsgange.**

Hjælp sælgerne igennem "Sales Enablement" – muliggørelse af salget



Brug optagelserne til optimeret ledelse og læring

- FORDELEN VED ONLINE MØDER

Essentielle grundregler for virtuelle møder



ESSENTIELLE GRUNDREGLER FOR VIRTUELLE MØDER

1. Smil
2. Antag aldrig
3. Gensidig forberedelse
4. Altid kamera
5. Dialog fremfor slides
6. Slides med minimum af tekst
7. Slå “deling” til og fra under hele mødet
8. Vær tydelig med formålet
9. Tag kontrol og sæt scenen
10. Hvis noget er distraherende, ret det

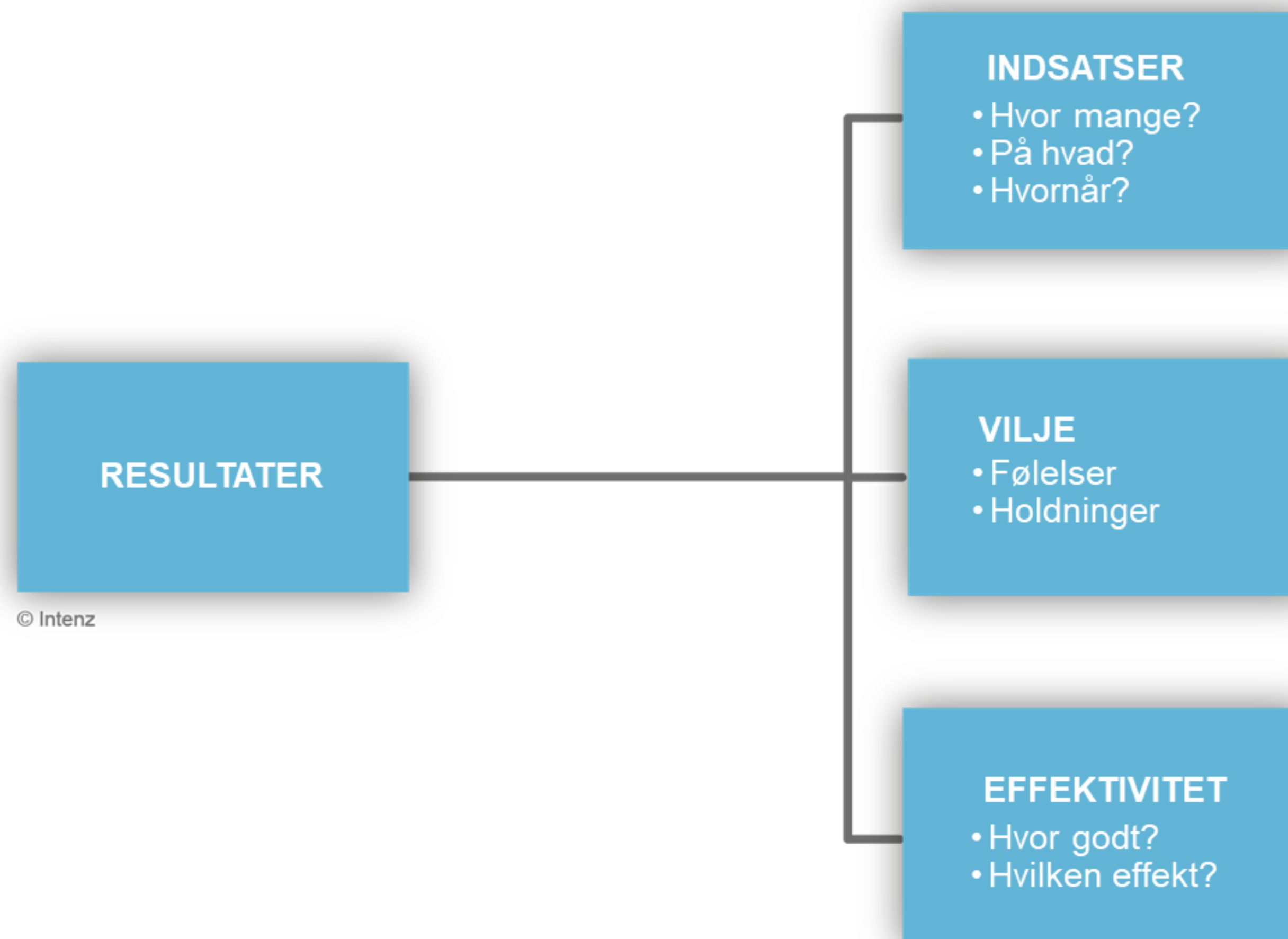


Feedback og læring

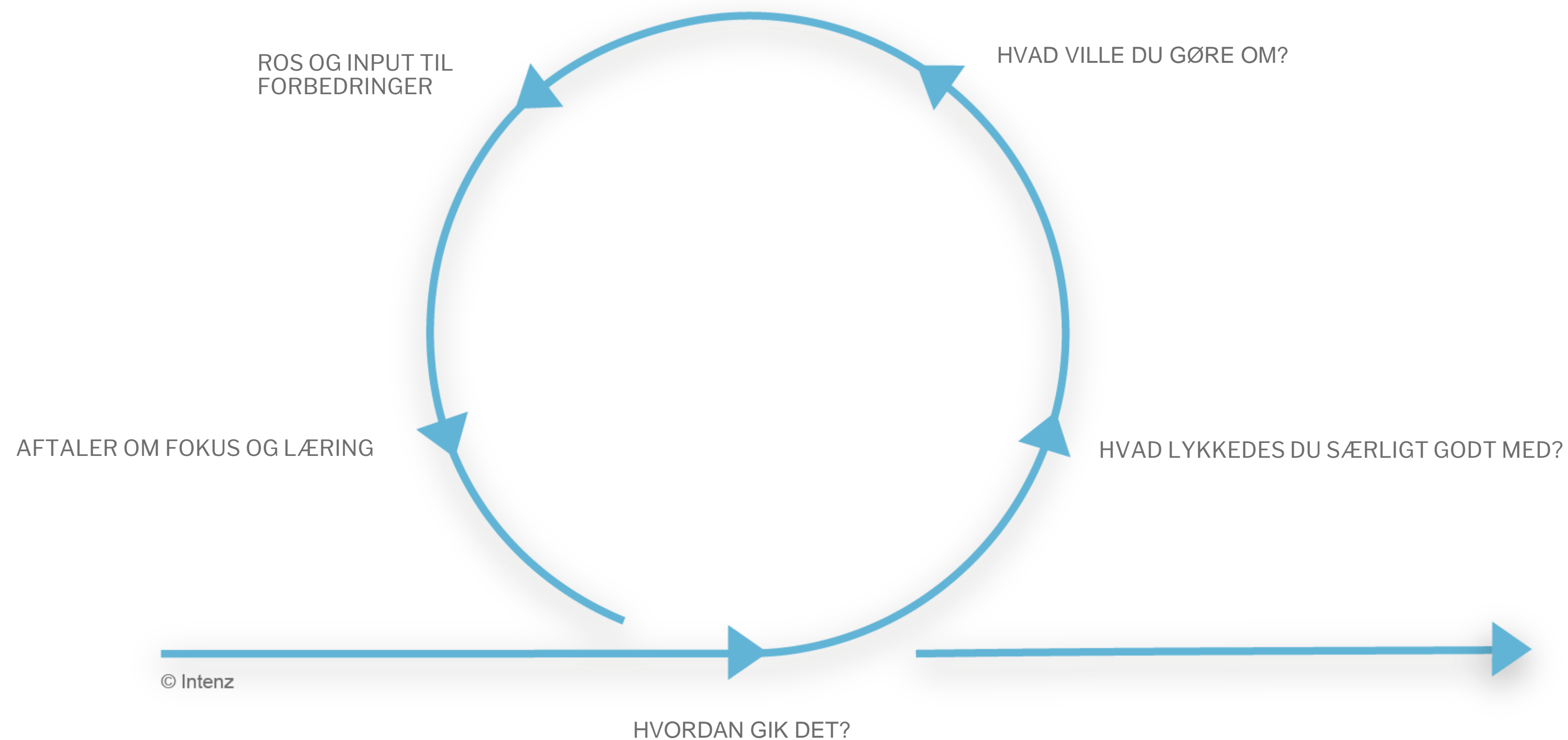
V/ INTENZ



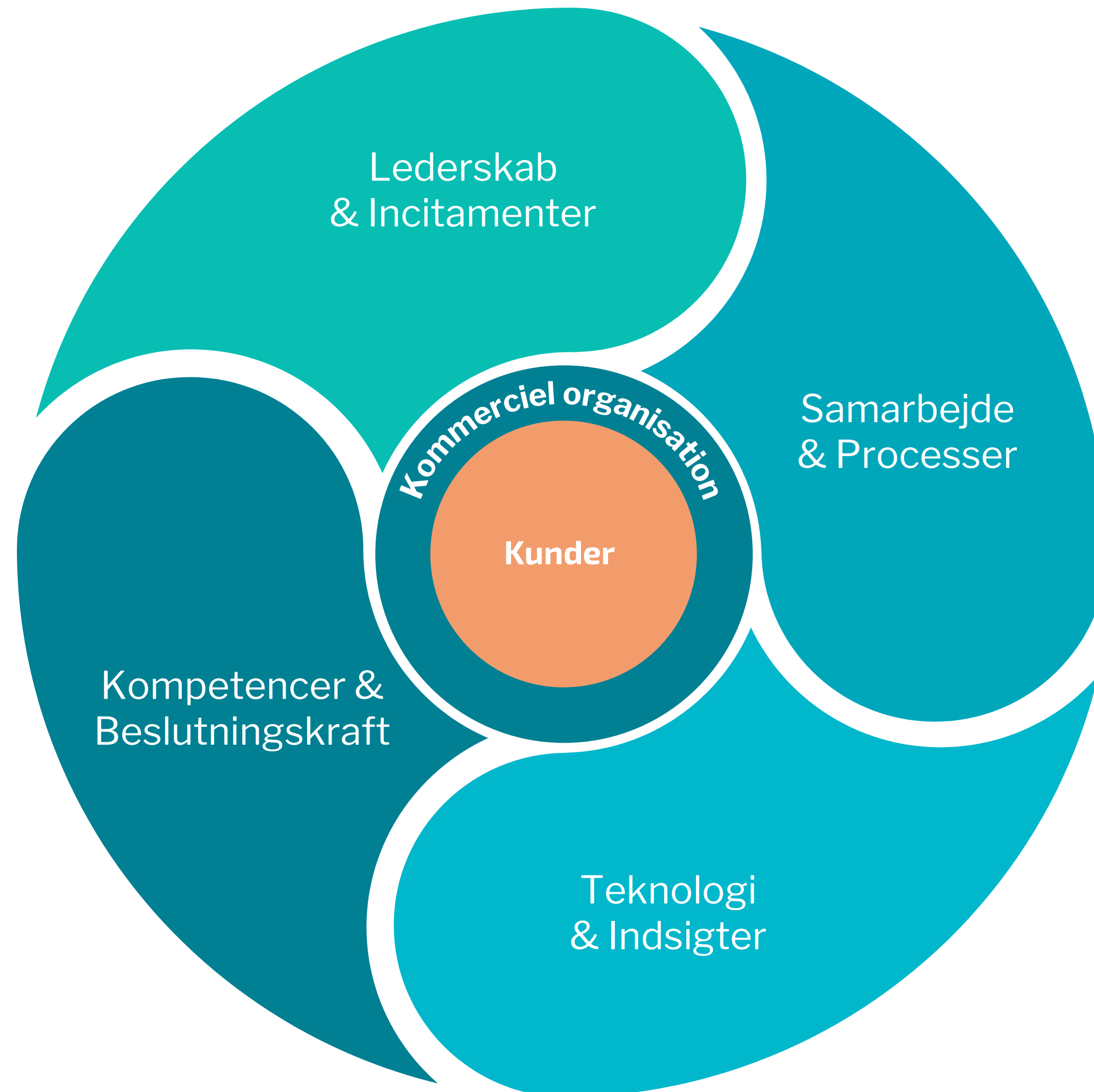
Stemme-gaffel



Feedbackloop



Hvordan muliggør vi fremtidens salg?



MISSION

Hvorfor lave digital Sales Enablement

1.

Sikre forandringen finder sted

Et værktøj som Napp kan bruges som et adfærdsdesign til at sikre at den indsats man ønsker gennemført rent faktisk finder sted ude i virkeligheden (ROI på salgstræning)

2.

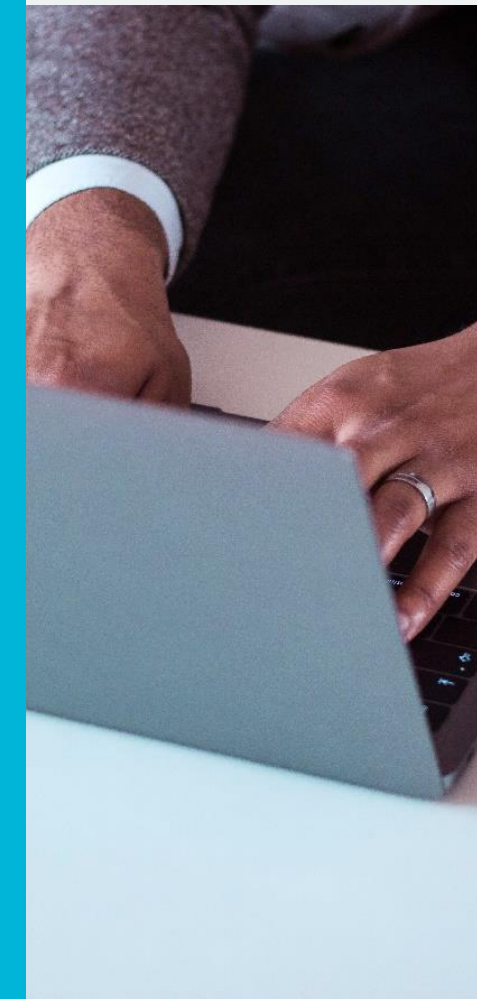
Mål på den nye adfærd

Værktøjet har et adfærdsregulerende element, fordi der løbende kan følges op på om sælgerne har de rette aktiviteter (sammenhold resultater med fokusområder)

3.

Sikre øget relevans

Ved at marketing og salg arbejder sammen om et ensartet hjælpeværktøj til sælgerne kan kundens købsoplevelse markant forbedres (opbyg en salgsproces som matcher kundens købsproces)



Effektive møder – også online

Salget er forandret og kundernes forventning har ændret sig markant. Spørgsmålet er om du og dit salgsteam møder kunderne som kunden ønsker det – eller fortsætter I bare i vanlig stil?

Håndteringen af et online møde stiller en række nye krav til sælgeren. Dels skal de mestre en ny teknik. Desuden skal de mestre nye kompetencer for at være bedst i den salgssamtale, som nu foregår virtuelt. Mange af de klassiske salgskompetencer og begreber er det samme, men de skal doseres og struktureres anderledes virtuelt. Samtidig er der behov for en mere effektiv styring på mødet. En styring der kan sikre at kunden føler sig tryk, hørt, involveret og at samtalen er relevant.

Spørgsmålet er om jeres salgsorganisation har overblik over:

- Hvad kunderne skal opleve når de møder jer – også virtuelt?
- Hvilken struktur skal I bruge for at give den bedste oplevelse?
- Har sælgerne de nødvendige kompetencer – også teknisk?

Det kan I nu få i et kort og effektivt træningsforløb. I får svar på de tre spørgsmål. Samtidig får I konkret viden om hvordan salgsledelsen kan coache og udvikle til de bedste og mest resultatskabende møder i fremtiden. Endelig får I et helt nemt salgsværktøj til at understøtte sælgerne i effektive salgsdialoger – både online og offline.

Investering

Kr. 49.500.- excl. moms

Prisen gælder til 30. april 2020

Max 20 sælgere pr hold.



Med Napp og Intenz får du:

- Klare succeskriterier for jeres virtuelle salgsdialoger
- Playbook med fastlagt struktur for virtuelle kundemøder
- Relation mellem marketing materialer og salgsadfærd
- Udvikling af de bedste og mest relevante kompetencer virtuelt
- Det bedste grundlag for at vurdere og udvikle møder og salgresultater



Det får du i pakken:

- Onboarding webinar salgsledelsen fastlægger succeskriterier
- Udviklingswebinarer 3 gange a 2 timer med salg- og marketing
- Online trænings sessioner 4 moduler á 1 time for sælgerne
- Statusmøde med dokumentation for ændret adfærd og kompetencer samt afstemning af målopfølgelse.
- Adgang til Napp's salgsværktøj i 8 uger



Din tidsplan:

Aktivitetsplan

- Uge 1 - Opstartswebinar
- Uge 2 - Udviklingswebinarer
- Uge 3 - Træning 1 + 2
- Uge 4 - Træning 3 + 4
- Uge 5 - Statusmøde og afrapportering

Samlet tidsforbrug over 5 uger er:

8 timer for salgsledelsen

6 timer for marketing

4 timer for sælgerne.

Spørgsmål?



[HTTPS://BIT.LY/2S4HQNI](https://bit.ly/2S4HQNI)

Vil du have tilsendt materiale?



Kontakt



Niklas Laugesen

Napp

Tel: **+45 2681 7116**
E-mail: nl@napp.dk

www.napp.dk



Mads Winther

Intenz

Tel: **+45 2014 7172**
E-mail: maw@intenz.com

www.intenz.dk