

Myyntitohtori - Webinaarit

Sales Excellence toteuttaa myynnin menestykselle kriittisiä kehittämisohjelmia valmentajavetoisina webinaareina. Ne on suunnattu yrityksille, jotka haluavat täsmällistä apua ajankohtaisiin haasteisiinsa.

Saatujen uusien työkalujen ja valmiuksien helppo soveltaminen ja osallistujien ohjaus tekee webinaareista ainutlaatuisen ja erittäin tehokkaan vaihtoehdon. Webinaarit järjestetään niin, ettei kehittäminen häiritse myynnin päivittäistoimintoja. Lisäksi toteutukset vähentävät matkakuluja tai poistavat ne kokonaan.



Miksi web-pohjainen valmennus?

Useimmat yritykset tiedostavat myyntihenkilöstönsä jatkuvan valmennuksen tärkeyden erityisesti **asiakstarpeiden ymmärtämiseksi** – etenkin talouden nykytilanteessa. Emme kiistä perinteisen luokahuonevalmennuksen etuja etenkin interaktiivisuuden ja parhaiden käytäntöjen jakamisessa. Kuitenkin tämänhetkisen liiketoimintaympäristön realiteetit tekevät perinteisestä valmennuksesta vaikeammin perusteltavissa olevan. Yritykset epäröivät päästää myyjänsä pois kentältä kahdeksi tai kolmeksi päiväksi tai eivät yksinkertaisesti voi investoida valmennuksen matka- ja majoituskuluihin. Tähän haasteeseen Sales Excellence on kehittänyt ratkaisun hyödyntäen nykyaikaista web-pohjaista seminaariteknologiaa.

Mikä tekee tästä valmennustavasta niin tehokkaan?

Innovatiivinen menetelmämme web-pohjaiseen myynnin valmennukseen on osoittautunut erittäin tehokkaaksi myyntiorganisaatioille, koska:

Moduulijakoinen valmennus on helppo ottaa välittömästi käyttöön

Kun tyypillinen kahdeksan tunnin työpajavalmennus jaetaan kuuteen tai kahdeksaan moduuliin annetaan kaikille osallistujille mahdollisuus sulatella ja toteuttaa oppimaansa oman omaksumistapansa mukaisesti.

Osallistujat ovat vastuussa oppimansa toimeenpanosta

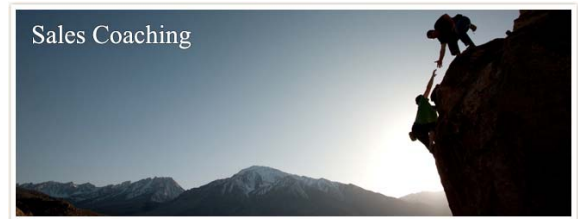
Kaikissa webinaaritoteutuksissa määritetään kentällä tehtävät toimenpiteet jokaiselle osallistujalle. Näin kaikilla on henkilökohtainen vastuu siitä, että he todella käyttävät oppimaansa oikeiden asiakkaiden ja myyntimahdollisuuksien parissa.

Esimerkkejä kehittämisaihioista

- Asiakstarpeiden Todellinen Ymmärtäminen
- Menesty Myynnissä Talouden Nykytilanteessa
- Tehokas Prospektointi ja Myyntityön kehittäminen
- Ajattele kuten Asiakkaasi: Miksi ja Miten Asiakkaat Ostavat?
- Neuvottele Maksimaalisia Tuloksia
- Hallitse Paremmin Aikaasi ja Asiakkuuksiasi
- Liiketoiminta-arvon Myyminen
- Asiakasstrategiat ja Avainasiakkuuksien Hallinta
- Myyntimahdollisuuksien ja Myynnin Portfolion Hallinta
- Onnistunut Myyntipresentaatio

Mahdollistaa kertauksen ja opitun vahvistamisen

Myyntitiimin säännöllinen kommunikointi valmentajan kanssa viikkojen tai kuukausien aikana mahdollistaa jatkuvan oppien vahvistamisen ja coachaamisen, joka johtaa parempaan ideoiden soveltamiseen ja käytäntöön vieniin.



Auttaa soveltamaan opittua omaan työympäristöön

Kaikki työkalut ja lomakkeet, joita osallistujat täyttävät työskennellessään kentällä, jaetaan muiden osallistujien kesken kommentointia ja tarkistusta varten. Näin osallistujat ottavat paremmin vastuulleen oppimansa soveltamisen ja hyötyvät toistensa oikeista myyntikokemuksista.

Räätälöity tavoitteidenne saavuttamiseen

Jokainen Web Workshop-valmennus räätälöidään yksilöllisesti sopimaan myyntitiimisi erityistarpeisiin ja tärkeimpiin tavoitteisiin. Ensimmäiseksi haastattelemme myyntijohtoa ja useita osallistujia, jotta voimme määrittää haluamasi koulutustulokset sekä mittarit, joilla voidaan arvioida valmennuksen vaikutusta. Kehitämme räätälöidyn valmennussuunnitelman, joka sisältää materiaalia yhdestä tai useammasta aiheistamme. Sen jälkeen muokkaamme koulutuksen sisällön tunnin opetusmoduuleiksi, jotka sisältävät erilaisia myynnin työkaluja, joilla helpotetaan opittujen asioiden soveltamista käytännön työhön.

Miten webinaarivalmennus toimii?

Myyntitohtori –webinaarimme koostuvat tyypillisesti 6, 8 tai 12 moduulista, jotka voidaan toteuttaa rytmillä, joka sopii tiimisi tavoitteisiin ja päämääriin. Suosituin muoto on järjestää yksi Webinaari kuukaudessa ja seurantapuhelinpalaveri kolme viikkoa myöhemmin kuten alla olevassa esimerkissä näkyy.

Esimerkki 3 kuukauden valmennusjaksosta

TOUKOKUU/Maj/May							2010	
viikot	ma	ti	ke	pe	la	su	viikot	viikot
17							1	2
18	3	4	5	6	7	8	9	
19	10	11	12	13	14	15	16	
20	17	18	19	20	21	22	23	
21	24	25	26	27	28	29	30	
22	31							
KESÄKUU/Juni/June							2010	
viikot	ma	ti	ke	pe	la	su	viikot	viikot
22		1	2	3	4	5	6	
23	7	8	9	10	11	12	13	
24	14	15	16	17	18	19	20	
25	21	22	23	24	25	26	27	
26	28	29	30					
HEINÄKUU/Julij/July							2010	
viikot	ma	ti	ke	pe	la	su	viikot	viikot
26				1	2	3	4	
27	5	6	7	8	9	10	11	
28	12	13	14	15	16	17	18	
29	19	20	21	22	23	24	25	
30	26	27	28	29	30	31		

Webinaari
Puhelinpalaveri



- Jokaisessa webinaarissa otetaan käyttöön uutta materiaalia, jonka avulla keskitytään yksityiskohtaisesti määriteltyyn myyntitaitoalueeseen tai tietyn myyntityökalun käyttöön.
- Webinaarien aikana sovimme erityisistä kenttätoimenpiteistä, joiden toimeenpanosta jokainen osallistuja on vastuussa esimerkiksi seuraavan kolmen viikon aikana.
- Myöhemmin jokaisena kuukautena, järjestämme puhelimitse 60 minuutin seurantapalaverin, jonka aikana osallistujat jakavat valmentajan ja kollegoidensa kanssa kokemuksia siitä, miten he ovat soveltaneet ja käyttäneet webinaarissa oppimaansa.
- Tämän lähestymistavan avulla verrattuna perinteisiin tilanneharjoituksiin, voidaan kukin osallistuja vastuuttaa henkilökohtaisesti käyttämään oppimaansa todellisissa asiakastapaamisissa. Näin saadaan aikaan poikkeuksellisen korkea käyttöönottoaste ja vaikutetaan todellisiin myyntituloksiin.
- Osallistujat ja heidän esimiehensä voivat välittömästi nähdä kuinka webinaareissa esitetyt menetelmät ja ajatustavat tuottavat tuloksia kentällä. Menestystarinoiden (tai havaittujen ongelmien) jakaminen on erittäin arvokas osa jokaista seurantapuhelinpalaveria.

Usein kysytyjä kysymyksiä

K: Kuinka webinaarit toteutetaan?

V: Käytämme pääsääntöisesti GoToMeeting tai Microsoft Live Meeting teknologiaa webinaareissa. Kutsumme sovittuun aikaan osallistujat ja ilmoitamme heille rekisteröintiosoitteen kuhunkin webinaariin. Jokainen osallistuja voi osallistua yksilönä omalta tietokoneelta tai ryhmä voi kokoontua esim. neuvotteluhuoneeseen, joka mahdollistaa tiimin vuorovaikutuksen ja parhaiden käytäntöjen jakamisen.

K: Kuinka monta voi osallistua kerrallaan?

V: Tekniikka ei aseta rajoituksia osallistujien määrään tai paikkaan. Kuitenkin, suurempien ryhmien osalta suosittelemme osallistujajoukon jakamista 10-12 henkilön ryhmiin. Tämä mahdollistaa oppimisen tehokkaan käytäntöön viennin puhelinseurantapalavereilla noin 3 viikkoa kunkin webinaarin jälkeen. Näissä jokaisella osallistujalla on mahdollisuus puhua kokemuksistaan, tehdä kysymyksiä ja saada henkilökohtaista ohjausta coachilta ”livenä”.

K: Mitä tekniikkaa vaaditaan?

V: Osallistujilla tulee olla laajakaistayhteys ja USB-sankaluurit, joissa mikrofoni. Tarvittaessa toimitamme sopivat sankaluurit osallistujille.

K: Tiimimme tarvitsisi useita myyntitaitoja. Mistä kannattaisi aloittaa?

V: Tämä riippuu siitä, millä taidoilla on suurin vaikutus myyntituloksiinne. Ota yhteyttä meihin, niin keskustellaan kuinka ohjelmamme voidaan räätälöidä sopimaan myyntitiimillenne ja kohdistamaan ne tärkeimpiin tavoitteisiinne ja päämääriinne.

K: Mitä maksaa?

V: Webinaarien hinta neuvotellaan asiakaskohtaisesti ja muodostuu osallistujamäärän ja keston mukaisesti. Esimerkki: 10 hengen ryhmissä on 80 €/osallistuja jokaista 60 minuutin webinaaria kohden. Jokainen seurantapuhelinpalaveri maksaa saman 80 €/osallistuja.

Kustannukset sisältävät tarvittavat valmisteluhaastattelut, valmennuksen suunnittelun, webinaarimateriaalit sähköisessä muodossa ja lisenssin käyttöä myynnin, asiakaspalvelun tai johtamisen työkalujamme sekä myynnin suunnittelulomakkeet CD-levykkeellä.

Esimerkki 8 Moduulin Myyntitohtori - kehitysohjelmasta

Sales Excellence tarjoaa valmennusta moninasiin myynnin haasteisiin, joiden ratkaisemiseksi olemme listanneet esimerkkejä tämän esitteen ensimmäisellä sivulla. Alla on kuvattu esimerkkiagenda, jossa osallistujat oppivat 8 toimintatapaa, jotka myynnin ammattilaisten on kehitettävä selvittääkseen ja menestyäkseen nykyisessä toimintaympäristössään.

Moduuli 1 - OTA KONTROLLI siitä, mitä voit kontrolloida		Myyntin Työkalut Moduulin 1
Ymmärrä, mitä voit kontrolloida	Käänteisen suunnitteluprosessin esittely	Myyntimahdollisuus portfoliomallinne
Organisoi aikasi ja mahdollisuutesi	Myyntiaktiiviteettien suunnittelulomakkeen käyttö	Myyntiaktiiviteettien suunnittelulomake
Myyntimahdollisuuksien portfoliomallinteen käyttö	Tulosten parantaminen prosessin kaikissa vaiheissa	
Moduuli 2 - YLLÄPIDÄ tärkeimmät asiakkuutesi käsittelemällä heitä kuten uusia		Myyntin Työkalut Moduulin 2
Opi ajattelemaan kuten asiakkaasi	Diagnostisen kysymystekniikan esittely	Diagnostiset kysymykset nykytilasta
Asiakkaan hakemien tulosten malli (ABC)	Diagnostisen kysymysmallinteen käyttö	Diagnostiset kysymykset tavoitetilasta
Tulosten myynti tuotteiden/ palveluiden sijaan	Asiakkaan uudelleendiagnosointi määräväleihin	
Moduuli 3 - LUO uusia myyntimahdollisuuksia uusille ja nykyisille asiakkaillesi		Myyntin Työkalut Moduulin 3
Johdanto aktiiviseen myyntiin (outbound)	Tehokkaiden prospektointikeinojen tarkastelu	Aktiivisen myynnin kehittämisprosessi
Myyntin kehittämisprosessi	Prospektoinnin sisällön rakentaminen	Myyntin kehittämislomake
Myyntin kehittämislomakkeen käyttö	Monikätkäisen lähestymistavan käyttö	Monikätkäisen lähestymisen lomake
Moduuli 4 - TUNKEUDU syvemmälle asiakkuuksisi ja laajenna yhteistyösi jalanjälkeä		Myyntin Työkalut Moduulin 4
Typillisen hankintaprosessin ostovaikeuttajaroolit	Seitsemän strategiaa rakentaa asiakassuhteita	Ostovaikeuttajaroolit hankintaprosessissa
Roolit, jotka liittyvät sen ostamiseen, mitä myyt	Kahdeksan taktiikkaa myydä alhaalta ylös	Ostovaikeuttajaroilien suunnittelumallinne
Kuinka rakennan ostovaikeuttajakartan	Kuusi taktiikkaa myydä ylhäältä alas	
Moduuli 5 - TUTKI jokainen myyntimahdollisuus systemaattisella lähestymistavalla		Myyntin Työkalut Moduulin 5
Miksi asiakkaat päättävät toimia ja ostavat	Kymmenen osatekijää, miksi asiakkaat ostavat	Miksi Asiakkaat Ostavat -suunnittelulomake
Asiakkaasi näkemys arvosta	Kysymykset, joilla ymmärretään miksi asiakkaat ostavat	
Kuuden asiakkaan toimintaa ohjaavan tekijän tutkiminen	Miksi asiakkaat ostavat -suunnittelulomakkeen käyttö	
Moduuli 6 - PRIORISOI ajankäyttösi ja ponnistelusi parhaisiin mahdollisuuksiin		Myyntin Työkalut Moduulin 6
Myyntiprosessi -uudelleen määriteltynä	Kymmenen osatekijää, miten asiakkaat ostavat	Miten Asiakkaat Ostavat -suunnittelulomake
Määrätietoinen myynti	Kysymykset, joilla ymmärretään miten asiakkaat ostavat	
Asiakkaasi hankintaprosessin esteet	Miten asiakkaat ostavat -suunnittelulomakkeen käyttö	
Moduuli 7 - JOHDA asiakkaat hankintaprosessin tapahtumia ja virstanpylväitä		Myyntin Työkalut Moduulin 7
Kuinka myyntimahdollisuus "rajataan" ajallisesti	Asiakastulosten suunnitelman laatiminen	Asiakastulosten suunnitelma
Käytäntöön viennin käänteinen suunnitteluprosessi	Suunnitelman luomisen ja käytön arvo	Myyntikäynnin valmistautumislomake
Hankintaprosessin käänteinen suunnitteluprosessi	Myyntikäynnin valmistautumislomakkeen käyttö	
Moduuli 8 - SUOJELE tuottojasi ja kannattavuuttasi tehokkaammilla neuvotteluilla		Myyntin Työkalut Moduulin 8
Hintaneuvotteluiden keskeiset elementit	Hypoteettisen ratkaisun käyttö	Tulosperustainen neuvotteluprosessi
Tulosperustaisen neuvotteluprosessin käyttö	Neuvotteluiden suunnittelulomakkeen käyttö	Käy kauppaa voitosta voittoon -lomake
Käy kauppaa voitosta voittoon lomakkeen käyttö	10 tekniikkaa hintaeroosion välttämiseksi	Neuvotteluiden suunnittelutyökalu

Haluatko tietää lisää?

Jos haluat lisätietoja siitä, kuinka Webinaarimme voivat auttaa myyntitiimiäsi tai myyntinne esimiehiä, ota yhteys asiantuntijoihimme tai lähetä sähköpostia info@salesexcellence.fi

Jarkko Oksa
0400 433048

Sakari Boman
0400 800439

Thomas Berner
045 871889