

Din Tjekliste

Har du husket det hele?

Før salgskaldet

- Hvem skal du ringe til (navn, titel, firma mm.)? LinkedIn kan med fordel bruges
- Hvad har I har tilfælles?
- Er du forberedt på ikke at lyde som en robot/irriterende telefonsælger?
- Hvad er dit formål med opkaldet? Et møde? Sende materiale?

Manuskript

Indledning (maks 30 sek.)

- Vær opmærksom på dit toneleje, tal til kunden som han/hun var din kollega
- Præsenter dig kort og relevant
- Spørg om lov til at tale: "Må jeg låne dine øre i to minutter, hvis jeg lover at levere dem tilbage i god behold"?
- Få gerne et smil/grin på personen

Formål

- Fortæl, kort, hvorfor du ringer
- Hold fokus på personen, ikke dig selv, dine produkter, tilbud osv.

Samtalen

- Stil HV-spørgsmål
- Lyt til personen, vis interesse og stil yderligere spørgsmål
- Sælg som en læge: hvad gør ondt? hvad er kuren? hvordan kan du hjælpe?

Afslutning

- Opsummer det I har aftalt - og få personen til at bekræfte det
- Tak personen for sin tid
- Følg op med en bekræftelse via mail/LinkedIn på den samtalen eller den indgået aftale

Egne noter

To-do Model

Prioriter dine opgaver

	Haster	Haster ikke
Vigtigt	Gør det nu	Planlæg det
Ikke vigtigt	Uddelegér	Drop det..

Egne noter

.....

.....

.....

.....

7 råd til dit telemarketing

Der findes ikke én opskrift til en succes salgsprocess, men vigtige elementer. Jeg har udvalgt de vigtigste for dig

Forberedelse og målsætning

Inden du løfter røret, skal du have et overblik over: firmaet, titel beslutningstageren, branche, landsdel mm. Selve salgskaldet er en mindre del af Telemarketing. Det hårde arbejde er i forberedelsen og samtalen. Derudover skal du have sat dig et mål for **hvorfor du ringer ud**, så du kan holde fokus, og ikke lade samtalen løbe af sporet.

Varm vs kold kanvas

Desværre bruges **kold kanvas** stadig i dag (hvor der ringes til personer uden nogen forudgående aftale eller relation). Det er en ineffektiv salgsmetode, da succesraten er mellem **1-3%**, modsat til **varm kanvas** (op til **30%**, hvis ikke højere). Varm kanvas er også kendt som varme leads (når der ringes til personer, som der er stiftet bekendtskab til, og som har vist en interesse).

Har du svært ved at generere varme leads? Så kan du få praktisk hjælp i online kurset **Telemarketing der skaber salg**. Her går jeg bl.a. i dybden med LinkedIn søgefunktion, og viser dig konkret hvordan du kan gøre.

Kropssprog, mindset og mentalitet

Inden du ringer ud, skal du have den rigtige mentalitet. Du skal også have fokus på dit kropssprog, som spiller en stor rolle, for selvom modtageren ikke kan se dig, så kan det høres i din stemme: så kom op af stolen, få et smil på læben og brug dit kropssprog. Det gør, at du lyder engageret i samtalen, og så sætter det gang i blodomløbet, som giver masser af energi.

Lad dig ikke slå ud at et afslag, fordi der vil komme mange. Hold i stedet dit humør højt, og motivation oppe, og tro på, at det vil lykkedes. Det kræver "bare" det rigtige mindset og den rigtige mentalitet. Forberedelse, øvelse og vedvarende er vejen frem til de **saftige resultater**

Aflæs og hav' fokus på modtageren

Spejl dig i modtageren, så du er bedre stillet. Den bedste måde at tilpasse dig samtalen, er ved at **lytte og stille HV-spørgsmål**, holde fokus på kunden og hans/hendes pain points (smertepunkter/udfordringer), og møde kunden i øjenhøjde. Det styrker dig i hele salgsprocessen, fra start til "slut".

Skab nære relationer

Min undervisning tager udgangspunkt i **KLT-metoden**, som tager afsæt i den menneskelige relation. Hvorfor? Fordi at mennesker køber af mennesker de kender, kan lide og stoler på. Så **skab nærvær, tillid og personlige forhold**, for det er afgørende faktorer, for din succes med telemarketing.

Manuskript og 80:20 reglen

Et manuskript kan være en guide til at huske din introduktion, spørgsmål og lign. Det vigtigste er at det ikke tager overhånd, og at du ikke lige pludselig sidder med **to A4 sider og lyder som en robot**, der læser op.

Hold fokus og bevar den røde tråd. Fang kundens opmærksomhed og engager kunden. Din intro skal være kort, klar og præcis, og kunden skal fra start vide hvem du er og hvorfor han/hun skal give dig taletid.

Du kan bruge **80:20 reglen**: 80% af tiden på din forberedelse og research, og 20% på den praktiske del, altså opkaldet.

Din database

Når du udvælger dine kunder, er det vigtigt du har en database, som kan opdateres undervejs. Det er med til at sikre, at du ikke kontakter den samme person to gange, og at du **løbende har et overblik** over indgåede aftaler.

Et Excel ark er en mulighed, i en opstartsfasen, ellers er der CRM-systemer, som kan hjælpe dig med at **centralisere og optimere** dit salgsarbejde.

Din guide til åbne HV spørgsmål

Sådan håndterer du afvisninger og får udtømmende svar

At mestre kunsten i at stille åbne spørgsmål - særligt de såkaldte HV-spørgsmål - er essentielt inden for telemarketing og relationsopbygning. Hvordan, Hvem, Hvad, Hvor, Hvornår og Hvorfor spørgsmål er alle med til at bane vejen for dybere dialog og mere meningsfulde samtaler.

Håndtering af afvisninger

Det første trin er at forstå, at afvisninger er en del af processen. Hvis du modtager en afvisning, skal du ikke tage det personligt. Stil stedet et åbent spørgsmål for at om dirigere samtalen. For eksempel: "Jeg forstår, at du ikke har tid lige nu. Hvornår vil det være mere passende for dig at tale?"

Udtømmende svar

For at få udtømmende svar, er det vigtigt at stille spørgsmål, der ikke kan besvares med et simpelt 'ja' eller 'nej'. Hv-spørgsmål er her særligt effektive. For eksempel: "Hvordan kan vores produkt hjælpe dig med at nå dine mål?" i stedet for "Kan vores produkt hjælpe dig med at nå dine mål?"

Tips til brug af HV-spørgsmål

Hvordan spørgsmål er gode til at udforske processer, holdninger og følelser. For eksempel: "*Hvordan ser en typisk dag ud for dig?*"

Hvem spørgsmål kan hjælpe med at afdække vigtige personer i en beslutningsproces. Eksempel: "*Hvem vil være involveret i at implementere dette produkt i jeres team?*"

Hvad spørgsmål er gode til at få konkrete detaljer og fakta. For eksempel: "*Hvad er dine primære udfordringer i øjeblikket?*"

Hvor spørgsmål kan afdække geografiske eller organisatoriske detaljer. Eksempel: "*Hvor i organisationen vil vores produkt blive brugt?*"

Hvornår spørgsmål er gode til at afdække tidsmæssige forhold. Eksempel: *"Hvornår er det bedst for dig at gennemgå vores produkt?"*

Hvorfor spørgsmål er effektive til at udforske dybere motivationer og årsager. Eksempel: *"Hvorfor er det vigtigt for dig at løse dette problem?"*

Mestring af disse teknikker vil hjælpe dig med at opbygge bedre relationer og opnå mere effektive salgssamtaler.

Håndtering af afvisninger

Så snart du hører en afvisning på telefonen, er det vigtigt at forblive rolig, professionel og tålmodig. Husk altid at lytte aktivt og vise respekt for den person, du taler med. Her er nogle konkrete eksempler på vendinger og spørgsmål du kan bruge:

"Jeg forstår din tøven."

Brug denne vending til at vise empati og forståelse. Herefter kan du følge op med et spørgsmål som: "Kunne du fortælle mig mere om, hvad der gør dig usikker?"

"Det lyder som om du har haft en travl dag."

Dette hjælper med at anerkende deres situation og skaber en forbindelse. Du kan følge op med: "Hvornår ville være et bedre tidspunkt for dig?"

"Jeg kan høre, at dette ikke er det rette tidspunkt."

Vær respektfuld over for deres tid. Spørg: "Hvornår vil du være tilgængelig for at drøfte dette videre?"

"Det lyder som om du allerede har en løsning på plads."

Dette viser, at du lytter og forstår deres situation. Følg op med: "Hvad er det, du særligt kan lide ved den nuværende løsning?"

"Jeg hører, at du ikke er interesseret lige nu."

Respekter deres valg. Spørg: "Kan jeg måske følge op på et senere tidspunkt, hvis der sker ændringer i din situation?"



Tekster til overskriftsfeltet

**Vil du skrive en overskrift,
der fanger læserens opmærksomhed?**

Her er vores **bedste** tip til dato: Vær præcis, når du ikke kan være kreativ.

Så hvorfor ikke tænke dette tip ind i din næste **tekstfelt-overskrift** og få flere læsere til at stoppe op og tage notits?

Hvordan laver du den gode overskrift?

Det handler om at skabe en overskrift, der får læserne til at stoppe op og tænke **"Wow, det må jeg læse!"**

- 1) Væk deres nysgerrighed med en overskrift, der pirrer deres interesse og får dem til at læse videre. (Snak til smerten)
- 2) Lov noget så værdifuldt i din overskrift, at læserne ikke kan modstå at læse mere (men sørg for at holde det, du lover! (Fortæl løsning)
- 3) Fremkald en handling med din overskrift og opfordrer læserne til at tage skridtet videre med en CTA, der appellerer til dem. (Lav en opfordring til handling)

8 overskrift skabeloner

Er du nysgerrig på at få en tilpasset løsning? Opdag hemmeligheden bag [xyz] og connect med mig for at den korrekte rådgivning på dine specifikke behov.

Har du hørt om den dovne guide til [xyz]? Connect med mig og få sparring til at overhale dine konkurrenter.

Vil du slippe for [problem XYZ] en gang for alle? Connect med mig og få [x] gode råd til at løse dit [problem] og undgå at gentage de samme fejl igen.

Vil du fjerne problemstillinger i [produktionen] med [xyz]? Ræk ud til mig på LinkedIn, så vi kan diskutere dine udfordringer og finde en konkret løsning sammen.

Hvordan kan du undgå 7 fejl med [xyz] og øge din produktivitet med [procent]? Connect med mig for at finde ud af det og modtage min gratis guide med mine bedste tips og tricks.

Hvordan kan du opnå [ønsket resultat] hurtigere? Med [xyz] kan du være på farten igen - connect med mig for at finde ud af, hvordan det kan hjælpe dig med at opnå dine mål og tidsplaner.

[Titel]: er [xyz] den mest fantastiske nyhed nogensinde? Svaret er ja, og du kan også opnå de bedste resultater. Connect med mig, og jeg sender dig guiden med det samme, så du kan komme i gang.

Føler du dig også forvirret af [xyz]? Her er tre råd til at navigere i junglen. Connect med mig, så vi kan drøfte dine bekymringer og finde ud af, hvordan du kan opnå succes med [xyz].