FOREDRAG / SALG OG SALGSLEDELSE

Noen må si det.
Jeg tar samtalen.

John Anders Nordbø

Et foredrag for selgere og salgsledere.
90 minutter inkludert 10 minutters pause.

ORDRETT MANUS + KJØREPLAN

Fullskrevet intro, ett tema og outro. Resten av 90-minuttersforedraget er disponert i kjøreplanen bakerst. Tider er anslag før prøvefremføring.

Slik bruker du manuset

Vanlig tekst sies høyt. Grå felt er sceneanvisninger og leses ikke opp. Prøvekjør med mikrofon, klokke og de faktiske øvelsespausene.

Opplysninger og status

Serviceavtalen er et tydelig fiktivt undervisningseksempel. Fiskepiren i Stavanger er foreslått arrangementssted; dato og booking er ikke avklart. Billett- og e-postløsninger er fortsatt forhåndsvisninger.

På siste slide: bruk bare en offentlig tilgjengelig, testet boklenke. Kjøp, Søndagsbrevet og én valgfri e-bok i gave ved aktiv påmelding kan omtales som tilgjengelige når betaling, registrering og levering er aktivert og testet. E-bok: 99 kr inkl. mva. Digital arbeidsbok: 199 kr inkl. mva. Alternativ avslutning står etter outro.

SALECO®
minds your business

00:00-05:00 · CIRKA 5 MINUTTER

Intro

[Gå rolig frem. Første slide: «Hva sa kunden egentlig?» Se ut i salen. Vent tre sekunder.]

«Det er for dyrt.»

Det er fire ord.

Og de kan sende en erfaren selger rett inn i kalkulatoren.

Du kjenner bevegelsen. Du lener deg litt frem. Du begynner å lete. Hva har vi å gå på? Kan jeg gi litt? Skal jeg ringe sjefen?

Så finner du et tall.

Men hva var det kunden sa?

Sa kunden at budsjettet var brukt opp?

Sa kunden at konkurrenten hadde et bedre tilbud?

Sa kunden at dere skulle få ordren hvis prisen ble lavere?

Eller sa kunden bare: «Det er for dyrt»?

[Pause.]

Det spørsmålet skal vi bruke litt tid på i dag.

Og vi skal bruke det til noe større enn rabatt. Vi skal snakke om hvordan vi hører. Hvordan vi leder. Og hvordan gode hensikter kan ende i dårlige samtaler.

Jeg heter John Anders Nordbø. Jeg står bak SaLeCo: salg, ledelse og coaching.

Overskriften i dag er enkel:

Noen må si det. Jeg tar samtalen.

Da må jeg også gi plass til svaret.

For det er lett å være den som sier noe tydelig fra en scene. Det krever mer å stå i en samtale der den andre personen svarer noe du ikke hadde forberedt deg på.

Der vil jeg ha oss i dag.

[Slide: «Én samtale du vil ta bedre.»]

Finn frem en samtale i hodet. En virkelig samtale fra jobben din.

En kunde du venter på. En selger du ikke når inn til. Et tilbud som har blitt liggende. Velg én.

Du skal slippe å fortelle den til salen. Skriv bare tre ord på telefonen eller på et ark, så du husker hvilken du valgte.

[Gi salen 15 sekunder. Se opp selv. Ingen oppfordring til å dele kundedata.]

Den samtalen skal få være med deg gjennom foredraget.

Når vi er ferdige, vil jeg at du skal ha en bedre åpning på den. Et spørsmål du faktisk kan stille. Og et neste steg du kan avtale.

Til dere som selger: Vi skal se på hva som skjer når du fyller inn kundens svar før kunden har fått tenkt ferdig.

Til dere som leder selgere: Vi skal se på spørsmålene deres også. For «når kommer ordren?» kan være et nyttig spørsmål. Men hvis det er det eneste spørsmålet selgeren får, blir samtalen vår ganske fattig.

Vi har nitti minutter sammen, med ti minutter pause underveis. Dere skal få et eksempel, prøve selv og bruke det på arbeidshverdagen deres. Vi setter også av litt tid til spørsmål.

Noen av dere arbeider med store avtaler og lange beslutninger. Andre møter kunden over en disk, på telefon eller ute på et anlegg. Jeg kommer til å bruke ett enkelt eksempel. Underveis vil jeg at du oversetter det til din egen hverdag.

Hvem må du forstå bedre? Hva trenger du å få avklart? Hvilken avtale kan du faktisk stå inne for?

Du sitter med kjennskapen til din jobb. Jeg kommer med noen spørsmål og en måte å arbeide på. Verdien ligger i hva du velger å gjøre med det.

Du behøver ikke være enig med meg i alt.

Når du kjenner at du blir uenig, legg merke til hva du reagerer på. Ta med spørsmålet. Da har vi noe ordentlig å arbeide med.

[Ta et lite skritt mot publikum.]

Jeg vil starte med én avtale mellom oss:

La oss være presise med det vi vet.

«Kunden sa» og «jeg tenkte» er to forskjellige opplysninger. Begge kan være nyttige. Vi må bare vite hvilken vi bruker.

Det samme gjelder hjemme i salgsavdelingen. «Selgeren vil ikke» og «selgeren fikk det ikke til» sender lederen inn i to helt forskjellige samtaler.

Så finn igjen de fire ordene.

Det. Er. For. Dyrt.

Før vi regner på hva vi kan gi bort, skal vi finne ut hva de betyr.

[La åpningssliden stå. Gå direkte til tema 1.]

05:00-25:00 · CIRKA 20 MINUTTER MED PARØVELSE

Før du gir rabatt: hva har kunden faktisk sagt?

Fiktivt undervisningseksempel. Tall, personer og bedrift er oppdiktet. Poenget er å skille det kunden sier fra det selgeren antar.

[Slide: «Før du gir rabatt.»]

La oss lage et eksempel.

Bedriften og personene er oppdiktet. Vi bruker dem for å høre forskjellen på to samtaler.

Maja selger serviceavtaler for maskiner. Kunden hennes er Thomas, som leder en mindre produksjonsbedrift. Avtalen koster hundre tusen kroner i året.

Maja har sendt et tilbud. Hun ringer for å følge opp.

[Spill begge roller. Bytt ståsted litt mellom dem. Ingen karikert dialekt.]

Maja: «Hei, Thomas. Har du fått sett på tilbudet?»

Thomas: «Ja. Jeg synes det er for dyrt.»

Maja: «Skjønner. Vi er jo veldig gode på service, da. Og vi har dyktige folk.»

Thomas: «Ja, det tviler jeg ikke på.»

Maja: «Hvis jeg kan få til ti prosent, hjelper det?»

Thomas: «Send meg et nytt tilbud, så skal jeg se på det.»

Maja: «Supert. Jeg ordner det.»

[Gå tilbake til midten.]

Supert?

Hva vet Maja nå?

Hun vet at Thomas synes det er dyrt. Og at han har sagt hun kan sende et nytt tilbud.

Hun vet fortsatt ikke hva han sammenligner med. Hun vet ikke hvem som skal være med på beslutningen. Hun vet ikke når bedriften trenger en løsning. Og hun har ingen avtale om å snakke igjen.

Likevel kan dette kjennes som bevegelse. Hun har gjort noe. Hun kan føre oppfølging i systemet. Hun kan si til sjefen at kunden er interessert, og at hun har justert prisen.

Så kan de bli sittende, begge to, og vente på et svar de aldri avtalte hvordan de skulle få.

[Pause.]

Her må vi være redelige: Lavere pris kan være riktig. Noen har et fast budsjett. Noen får et like godt tilbud rimeligere. Noen opplever at vi faktisk har priset oss for høyt.

Det finnes også kunder vi skal la gå.

Dere har kanskje sett at jeg selv gir en bedriftsrabatt på dette foredraget. Den er bestemt på forhånd, med et tydelig vilkår: mer enn ti billetter. Det er et bevisst tilbud til bedrifter som kommer flere sammen.

Så rabatt kan være en del av en gjennomtenkt pris. Det jeg utfordrer her, er hvor fort vi endrer et tilbud før vi har forstått hva kunden trenger.

[Avsnittet om egen bedriftsrabatt brukes bare hvis disse billettvilkårene beholdes ved faktisk salg. Det er basert på founders arrangementsforslag: 990 kroner, 30 prosent rabatt ved 11 eller flere billetter. Ikke innfør flere prisvilkår muntlig.]

Men før du velger hva du skal gjøre med prisen, trenger du å forstå hva kunden tar stilling til.

[Slide: «Hundre tusen til nitti tusen. Hva er avklart?»]

I eksemplet vårt gir ti prosent ti tusen kroner lavere avtaleverdi. Det forteller oss noe om beløpet. Vi kjenner ikke kostnadene og kan derfor ikke si hva det gjør med fortjenesten.

Det vi kan si, er at Maja har endret prisen før hun har avklart problemet.

Hun kan ha gitt fra seg penger og beholdt hele usikkerheten.

Det skjer fort. Særlig når du kjenner presset på å få en ordre. Kanskje du vil være hjelpsom. Kanskje du vil få kunden til å like deg. Kanskje du bare vil komme deg videre fra et ubehagelig øyeblikk.

Legg merke til hva du selv gjør når du møter motstand.

Snakker du raskere? Forklarer du mer? Kommer du med et tilbud kunden ennå ikke har bedt om?

Der har du noe konkret å øve på.

[Slide: «1. Spør. 2. Lytt ferdig. 3. Sjekk forståelsen. 4. Avtal.»]

Vi tar samtalen en gang til.

Samme Maja. Samme Thomas. Samme tilbud. Denne gangen lar vi henne bli litt lenger i spørsmålet.

[Ta rollene igjen. Snakk roligere i Majas rolle.]

Maja: «Hei, Thomas. Har du fått sett på tilbudet?»

Thomas: «Ja. Jeg synes det er for dyrt.»

Maja: «Takk for at du sier det. Hva er det du sammenligner med?»

Thomas: «Det vi betalte i fjor. Dette er jo mye mer.»

Maja: «Hva dekket avtalen dere hadde da?»

Thomas: «To besøk og hjelp hvis noe stoppet. Vi måtte riktignok vente ganske lenge den ene gangen.»

Maja: «Fortell litt om den gangen.»

Thomas: «Vi mistet nesten en hel dag. Og nå skal vi øke produksjonen. Da blir vi mer sårbare.»

[Kort stopp i rollespillet. Til salen:]

Hørte dere det?

Nå kom det en opplysning som aldri kom i den første samtalen. Bedriften skal øke produksjonen. Thomas vurderer prisen opp mot noe som skjedde i fjor, og noe han frykter kan skje igjen.

Vi vet fortsatt ikke om tilbudet vårt passer. Men nå har vi noe å undersøke.

[Fortsett rollene.]

Maja: «Hva trenger dere hjelp til når dere øker produksjonen?»

Thomas: «Vi skal kjøre kveldsskift fra neste måned. Jeg trenger å vite hvem vi kan få tak i hvis en maskin stopper da.»

Maja: «Det er viktig. Tilbudet jeg sendte, gjelder oppfølging i vanlig arbeidstid. Jeg må avklare om vi kan levere det dere trenger på kvelden, og hva det i så fall vil koste.»

Thomas: «Ja. For det er jo egentlig det jeg er bekymret for.»

Maja: «Hvem bør være med når vi går gjennom behovet?»

Thomas: «Driftslederen vår, Anja. Hun vet mest om hva vi skal kjøre.»

Maja: «Da foreslår jeg tjue minutter med dere begge. Jeg sjekker først hva vi faktisk kan levere. Dere tar med skiftplanen og hvilke maskiner det gjelder. Så ser vi om vi har en avtale som passer. Hvis vi ikke kan dekke behovet, sier jeg det tydelig. Passer torsdag klokken ti?»

Thomas: «Ja. Send invitasjonen og sett Anja på.»

Maja: «Gjør det. Bare så jeg har forstått deg: Det viktigste er å avklare hjelpen på kveldsskiftet. Deretter ser vi på innhold og pris sammen. Stemmer det?»

Thomas: «Det stemmer.»

[Tilbake til midten. La det være stille et øyeblikk.]

Nå har vi fortsatt ingen ordre.

Men vi har fått tak i et faktisk behov. Vi har oppdaget en svakhet i tilbudet. Og vi har avtalt hvem som skal gjøre hva før en ny samtale.

Det er arbeid kunden også er med på.

Maja lover ingenting om kveldshjelp hun ikke har undersøkt. Hun bruker heller ikke Thomas sin bekymring til å skremme ham. Hun gjør den konkret nok til at de kan finne ut om tilbudet er riktig.

Hvis svaret blir at hun ikke kan levere, skal hun si det. Da har samtalen fortsatt gjort en jobb.

La oss også gi plass til kunden som faktisk mener pris.

Han sier: «Jeg forstår det dere tilbyr. Men rammen min er åtti tusen. Det er det vi har.»

Da skal vi ta det svaret på alvor. Vi kan undersøke om omfanget kan endres. Vi kan avklare om en annen leveranse passer. Og hvis vi vurderer en lavere pris for samme innhold, må den ligge innenfor et mandat og være et valg vi kan stå for.

Vi kan også ende med at dette ikke går.

Det er helt forskjellig fra å fortsette med stadig nye spørsmål til kunden blir sliten og gir etter. Et spørsmål skal gjøre det lettere å forstå og velge. Kunden skal kunne svare nei.

Det er en del av en ordentlig samtale.

[Slide: «Hvilket spørsmål manglet i din samtale?»]

Se for deg kunden du skrev ned da vi startet.

Hva har kunden faktisk sagt? Og hva har du lagt til selv?

«Han er interessert.» Hva bygger du det på?

«Hun trenger bare litt tid.» Har hun sagt det? Til hva?

«De liker oss.» Fint. Hva skal til for at de kan bestemme seg?

Du behøver ikke vite alt. Du må kunne se hva du ennå mangler.

Det er også her Profiles kan gi oss et språk for å reflektere over oss selv. Jeg kan være rask, handlingsorientert og utålmodig i denne situasjonen. Det kan hjelpe meg fremover. Det kan også gjøre at jeg går forbi et svar jeg burde ha lyttet til.

Den samme personen kan være grundig og avventende i en annen situasjon. Vi har blandinger og ulike uttrykk. Rollen og erfaringene våre spiller inn.

Du kan derfor legge bort jakten på hvilken profil kunden «må være». Du har et menneske foran deg som du kan spørre.

Spør gjerne helt konkret: «Vil du ha hovedpunktene nå, eller trenger du at vi går gjennom underlaget sammen?»

Da slipper du å gjette hva den andre trenger.

Tenk også på hvem som skal leve med beslutningen. Du kan ha en god samtale med innkjøperen og likevel mangle dem som skal bruke løsningen. Spør: «Hvem blir mest berørt hvis dere velger dette?»

Det gir deg en mulighet til å få riktig person med. Kanskje har vedkommende et behov du ennå ikke har hørt om. Kanskje kan hun bekrefte at alt er avklart. Begge svar hjelper dere.

[La salen se på spørsmålet i fem sekunder.]

[Forklar øvelsen før folk snur seg.]

Nå skal vi prøve. Finn en person ved siden av deg. Er dere tre, lar dere én observere og si hvilket spørsmål som åpnet samtalen.

Vi holder oss til det oppdiktede eksemplet. Ingen trenger å dele navn på kunder eller ting fra egen bedrift.

Den ene er selgeren. Den andre er kunden. Kunden starter med: «Det er for dyrt.»

Selgerens oppgave er å stille ett åpent spørsmål, høre svaret ferdig og si tilbake hva du tror du har forstått. Kunden får korrigere deg.

Den som er kunde, velger én grunn: Du er usikker på innholdet. Du må ha med en kollega. Eller du har et budsjett som er lavere enn tilbudet.

Dere får ett minutt i hver rolle. Etterpå bruker dere ett minutt sammen på dette: Hvilket spørsmål hjalp, og hva ble fortsatt uklart?

Jeg sier fra når dere skal bytte. Begynn.

[PARØVELSE: Start synlig nedtelling. 60 sekunder første rolle. Si: «Bytt roller.» 60 sekunder andre rolle. Si: «Ett minutt sammen: Hva hjalp, og hva mangler?» Vent 60 sekunder. Bruk cirka 30 sekunder til å samle salen igjen. Total øvelsesblokk cirka 4 minutter med forklaring og overgang.]

Takk. Ta med dere det spørsmålet som fungerte.

Legg også merke til hvor fort du fikk lyst til å svare. Det er lett å ha et godt spørsmål klart, og likevel bruke hele kundens svar til å planlegge sin egen neste setning.

Å lytte ferdig er et praktisk grep. La personen snakke ut. Ta en liten pause. Oppsummer med dine egne ord. Spør om du har forstått.

Det trenger ikke høres høytidelig ut.

«Så det er dette du vil ha hjelp til?»

«Hva har jeg oversett?»

«Hva må vi få avklart først?»

Vanlige ord. Brukt på ordentlig.

[Slide: «Til salgslederen: Hva vet vi?»]

Og så til dere som leder.

Du kan bruke akkurat samme grep når en selger kommer tilbake fra et kundemøte.

Vi tar Maja igjen. Hun sier: «Kunden synes det er for dyrt. Kan jeg gi ti prosent?»

Du kan svare ja eller nei på rabatten. Kanskje må du også det.

Men still ett spørsmål før du åpner prislisten:

«Hva sa kunden som gjør at du foreslår rabatt?»

La Maja fortelle. Skill ordene hun faktisk hørte, fra det hun tror de betyr. Så kan dere finne ett godt spørsmål til neste samtale.

Gjør det trygt å si «det vet jeg ikke ennå». En selger som må virke sikker hele tiden, får lite rom til å undersøke.

Se også på hva dere fører i CRM. En setning som «virker positiv» gir den neste personen lite å arbeide med. Skriv heller hva kunden trenger avklart, hvem som deltar i beslutningen, og hva dere faktisk har avtalt å gjøre.

Hvis kunden ikke har avtalt et nytt møte, skal det stå. «Jeg vil ringe på fredag» er din plan. «Vi skal snakkes fredag klokken ti om skiftplanen» er en felles avtale.

Når dere følger opp, kan dere bruke tre spørsmål:

Hva vet vi nå?

Hva må vi få svar på?

Hva er neste avtale med kunden?

Da får du en salgsprat det går an å hjelpe noen i.

Du kan prøve det allerede i neste salgsmøte. Velg ett tilbud. Be selgeren lese opp én konkret kundesetning og si hva som fortsatt er uklart. La dere begge tenke et øyeblikk før dere bestemmer hva som skal skje videre.

Det gir rom for faglig hjelp. Og det gjør det lettere å se om det faktisk er kunden dere venter på, eller en avklaring dere selv har ansvar for.

[Slide: «Før neste tilbud: Ett spørsmål til.»]

Her er det jeg vil at du skal ta med fra denne delen:

Når kunden sier noe som gjør deg usikker, bli et øyeblikk lenger i samtalen.

Still ett spørsmål som undersøker betydningen. Hør svaret ferdig. Sjekk at du har forstått. Avtal neste steg hvis begge ser en grunn til å gå videre.

Svaret kan bli en bedre avtale. Det kan bli et ærlig nei. Det kan også vise at du trenger å endre det du tilbyr.

Du har i alle tre tilfeller et bedre grunnlag for å bestemme deg.

Så før du gir rabatt:

Hva har kunden faktisk sagt?

[Pause. Gå videre til neste tema. Temaet over avsluttes ved cirka 25:00 på hovedklokken.]

85:00-90:00 · CIRKA 4-5 MINUTTER

Outro

[Fjern innholdstunge slides. Slide: «Hvilken samtale tar du?» Gå litt nærmere salen.]

Finn igjen samtalen du valgte da vi begynte.

Den med kunden. Den med selgeren din. Den du har tenkt at du skal ta når du får litt bedre tid.

Du vet hvilken det er.

Hva vil du åpne med nå?

[Gi salen fem sekunder.]

Vi startet med fire ord: «Det er for dyrt.»

Vi så hvor mye vi klarte å legge inn i dem. Vi fikk lyst til å forklare. Til å justere. Til å få fart på saken.

Så stilte vi et spørsmål. Og fikk tak i noe vi hadde oversett.

Jeg tror mange kjenner igjen akkurat det øyeblikket. Du oppdager at du har svart på det du regnet med at den andre mente.

Det er et godt tidspunkt å stoppe opp.

Du kan si: «Vent litt. Jeg tror jeg gikk for fort frem. Hva er viktigst for deg her?»

Det går an å gjøre midt i en samtale. Du trenger ingen ny tittel eller noe stort prosjekt for å begynne.

Det krever at du tåler svaret. Også når kunden mener at tilbudet ditt er feil. Også når selgeren din sier at du var uklar. Også når det viser seg at den avtalen du trodde dere hadde, aldri ble inngått.

Da har dere noe å ta tak i.

[Slide: «Én samtale. Ett spørsmål. Én avtale.»]

Så her er oppgaven min til deg.

Skriv ned navnet på personen du vil ta samtalen med. Behold det for deg selv.

Skriv ett spørsmål du vil stille. Et spørsmål du ennå ikke vet svaret på.

Og bestem når du vil ta kontakt. Finn et tidspunkt som er realistisk. Legg det i kalenderen før du går herfra.

[Gi salen 15 sekunder.]

Til deg som selger: La kunden få beskrive hva som skal bli bedre. Sjekk at det du tilbyr, faktisk svarer på det.

Til deg som er salgsleder: Gjør plass til et svar du ikke hadde ventet. Hjelp selgeren med å få tak i neste avklaring.

Til dere begge: Avslutt med en avtale den andre også kan si med sine egne ord. Hvem gjør hva? Når følger vi opp? Hva trenger vi å vite da?

[Roligere.]

Det finnes mye press rundt salg. Mål, tall og forventninger. Det er en del av jobben.

Samtidig sitter det mennesker på begge sider av bordet. Med ansvar. Med ambisjoner. Med ting de er usikre på. Du får lettere tak i det når du lar dem komme til orde.

[Vis én rolig QR-slide: bokserien. Ingen flere kjøpsknapper eller priser.]

Vil du fortsette på egen hånd, finner du SaLeCo-bøkene via lenken på skjermen. E-bøkene koster nittini kroner inkludert mva. Velger du å melde deg aktivt på Søndagsbrevet, får du én valgfri e-bok i gave. Da får du også en tanke og en øvelse inn i uka.

Vil du arbeide videre med teamet ditt gjennom LeaderLab, eller snakke om individuell coaching, kan du ta kontakt med meg etterpå. Vi kan finne ut om det passer.

[Ta blikket tilbake til salen. La QR-sliden stå.]

Men begynn med den samtalen du allerede har skrevet ned.

Gi den andre et spørsmål det er verdt å svare på.

Noen må si det.

Jeg tar samtalen.

Nå håper jeg du tar din.

Takk for meg.

[Stå rolig og ta imot applaus. Vert overtar eventuell praktisk informasjon om bord og utgang.]

Alternativ ved uferdig e-postløsning

«Vil du fortsette på egen hånd, kan du se SaLeCo-bøkene via lenken på skjermen. Velg den som treffer noe du står i.»
Bruk bare dette hvis boklenken er offentlig tilgjengelig for publikum og testet. Formuleringen lover verken kjøpsflyt eller gavelevering før funksjonene er aktivert. Ved privat arbeidsrom: utelat både QR-slide og bokavsnitt frem til offentlig løsning finnes.

90 MINUTTER INKLUDERT PAUSE

Kjøreplan

Fullskrevet: intro, tema 1 og outro. Øvrige bolker er disposisjoner. Faktisk spilletid avklares ved prøvefremføring. Ingen dato, kapasitet eller booket venue er forutsatt.

00:00-05:00 · INTRO · FULLSKREVET

«Hva sa kunden egentlig?» Fire ord, prisinnvending og egne antakelser.

Deltakeren velger én arbeidssamtale å ta med gjennom foredraget, uten deling av kundedata.

Avklar mål: en bedre åpning, ett relevant spørsmål, et tydelig neste steg.

Fil: intro-v01.txt

05:00-25:00 · TEMA 1 · FULLSKREVET

«Før du gir rabatt: hva har kunden faktisk sagt?»

05:00-09:00: Fiktivt serviceavtaleeksempel, første dialog, rabatt før avklaring.

09:00-15:30: Ny dialog, avklaring av behov, leveransegrenser, deltakere og neste avtale. Refleksjon om egne antakelser og Profiles som blandinger/situasjoner.

15:30-19:30: Parøvelse inkludert instruks, to roller og refleksjon.

19:30-25:00: Lytt ferdig. Salgslederens spørsmål. CRM som faktisk avtalegrunnlag. Oppsummering.

Fil: tema-1-v01.txt

Tidsdelene er øvingsmål. Juster naturlige pauser under prøvefremføring; ikke fjern øvelsen for å rekke mer tekst.

25:00-40:00 · TEMA 2 · DISPOSISJON, IKKE FULLSKREVET

Arbeidstittel: «Det kunden tror dere avtalte.»

Mål: Koble salget til det organisasjonen faktisk skal levere.

25:00-28:00: Fiktiv situasjon: selgeren lover oppstart, drift hører et ønske og kunden legger en plan etter et løfte.

28:00-32:00: Tre nødvendige avklaringer: kundens ønskede resultat, bekreftet leveranse og ansvar for neste steg.

32:00-36:00: Vis én enkel overlevering: hva er lovet, hva er uavklart, hvem kan bekrefte, når får kunden svar?

36:00-39:00: Deltakerne formulerer én presis avklaring i en fiktiv sak. Ingen reelle kundeopplysninger deles i salen.

39:00-40:00: Oppsummer og gi pausebeskjed. Vis tidspunktet foredraget fortsetter på skjermen.

Fullt scenemanus for denne bolken gjenstår.

40:00-50:00 · PAUSE · 10 MINUTTER

Vis tydelig returtid. Rolig bakgrunnsbilde og foredragstittel.

Vann og enkel bevegelse. Bok-/propbord kan besøkes av dem som ønsker det.

Vert følger med på tiden og varsler rolig to minutter før oppstart.

Ikke gjør bokutlevering, registrering eller kjøp til en forutsetning for deltakelse.

50:00-65:00 · TEMA 3 · DISPOSISJON, IKKE FULLSKREVET

Arbeidstittel: «Når lederen har svart før selgeren har snakket ferdig.»

Mål: Gi salgslederen en praktisk måte å støtte selgerens tenkning på.

50:00-53:00: Åpne med et gjenkjennelig spørsmål: hva skjer når alle vanskelige kundesvar blir løst av sjefen?

53:00-57:00: Fiktiv dialog før/etter mellom leder og selger. Bruk «hva vet vi?», «hva mangler?» og «hva foreslår du?».

57:00-61:00: Skill mandat, støtte og neste læringspunkt. Avklar hva selgeren faktisk kan beslutte.

61:00-64:00: Kort egenrefleksjon: ett svar du som leder kan vente med å gi; ett spørsmål du som selger kan ta med til lederen.

64:00-65:00: Koble til siste case.

Fullt scenemanus for denne bolken gjenstår.

65:00-80:00 · FELLES CASE/ØVELSE · DISPOSISJON

«Kunden må få et svar i dag.»

65:00-68:00: Presenter fiktiv situasjon: kunden ber om lavere pris og raskere oppstart. Drift har ikke bekreftet kapasitet. Selgeren har møte med lederen.

68:00-73:00: Smågrupper/par lager ett spørsmål til kunden, én intern avklaring og en realistisk neste avtale. Tillat individuell refleksjon for dem som foretrekker det.

73:00-77:00: Hør to eller tre frivillige forslag. Ingen presses til å snakke i plenum.

77:00-80:00: Vis et mulig svar: avklar behovet, bekreft hva som kan leveres, avtal ansvar og tid. Kunden kan også takke nei.

Detaljert instruks og løsningsslide gjenstår.

80:00-85:00 · SPØRSMÅL · 5 MINUTTER

Vert eller foredragsholder samler to eller tre spørsmål.

Ved individuell rådgivningssak: avtal eventuell samtale etter foredraget.

Hvis salen er stille, bruk forberedt spørsmål: «Hva gjør vi når kunden faktisk bare har lavere budsjett?»

Svarretning: undersøk omfang og prioritering, avklar reelle rammer, vurder leveransen. Godta et ærlig nei. Ikke lov et nytt produkt eller en pris der og da.

85:00-90:00 · OUTRO · FULLSKREVET

Ta tilbake samtalen fra introen. Velg ett spørsmål og tidspunkt for kontakt.

Én rolig frivillig vei til bokbutikken eller aktiv Søndagsbrev-påmelding med én valgfri e-bok i gave, hvis løsningene er aktivert og testet.

Kort tilbud om prat om LeaderLab/coaching til dem som selv vil.

Avslutt: «Noen må si det. Jeg tar samtalen. Nå håper jeg du tar din.»

Fil: outro-v01.txt

BOKPRISER VED SALGSBORDET OG I FORHÅNDSSHOP

Én fysisk bok: 199 kroner. Forhåndskjøp med 10 prosent rabatt: 179,10 kroner.

Alle fire fysiske bøker: 499 kroner. Forhåndskjøp med 10 prosent rabatt: 449,10 kroner.

Bokkjøp kommer i tillegg til billetten. E-bøker: 99 kroner inkludert mva. Digital arbeidsbok: 199 kroner inkludert mva. Én valgfri e-bok i gave gjelder aktiv påmelding til Søndagsbrevet.

Avgiftsbehandling og betalingsoppsett er ikke fastsatt i denne manusleveransen.

SLIDEFORSLAG FOR DE FULLSKREVNE DELENE

1. Hva sa kunden egentlig?

2. Én samtale du vil ta bedre.

3. Før du gir rabatt.

4. Hundre tusen til nitti tusen. Hva er avklart?

5. Spør. Lytt ferdig. Sjekk forståelsen. Avtal.

6. Hvilket spørsmål manglet i din samtale?

7. Øvelse: ett spørsmål, lytt ferdig, sjekk forståelsen. Rolletid 60 + 60 sekunder. Felles refleksjon 60 sekunder.

8. Til salgslederen: Hva vet vi?

9. Før neste tilbud: Ett spørsmål til.

10. Hvilken samtale tar du?

11. Én samtale. Ett spørsmål. Én avtale.

12. SaLeCo-bøker og frivillig Søndagsbrev-påmelding med én valgfri e-bok i gave. Valgfri QR og Johns navn. Bare fungerende og tilgjengelig lenke.

Dette er en slideplan. Selve presentasjonen er ikke produsert i denne manusleveransen.

BEHOV TIL PRØVEFREMFØRING

Én teknisk gjennomgang med mikrofon, presentasjonsklokke og synlig nedtelling til parøvelsen.

Les hele intro og outro høyt. Prøvekjør tema 1 med to stemmer og faktiske øvelsespauser.

Bekreft offentlig boklenke før QR legges inn. Arbeidsrommet har hittil vært privat.

Utelat ekstra salgspitch i pausen og på scenen; la interesserte oppsøke bordet eller ta kontakt.

Ingen faglig resultatgaranti, oppdiktet kundehistorie eller typediagnose er brukt i de fullskrevne delene.

LEVERANSEOMFANG

Ferdig ordrett manus: intro, tema 1 og outro.

Ferdig kjøreplan: alle 90 minutter.

Tema 2, tema 3, siste case og spørsmål er disposisjoner og fremføringsrammer. De omtales ikke som et ferdigskrevet 90-minuttersforedrag.

Leveransen inneholder et delvis fullskrevet foredrag og en kjøreplan for alle 90 minutter.
Prøvefremføring og manus for de øvrige temabolkene gjenstår.