



## RAPPORT

- skrevet af Kris Fairbrother Svane

# VIRTUEL SALG

## - hvad siger sælgerne?

Den 28. oktober 2020 afholdte vi hos Smart Academy et webinar med temaet ”Virtuel salg”. Vi havde kort fortalt sat os for, at undersøge hvilke udfordringer sælgerne står overfor og komme med vores bud på løsningerne. Forud for webinarret foretog chefkonsulent Kris Fairbrother Svane en kort rundspørge blandt sælgere, hvilket resulterede i nogle spændende pointer, som blev præsenteret på aftenen.

Vores egne konsulenter bøvler med mange af de samme udfordringer og på aftenen den 28. oktober præsenterede de blandt andet disse 4 centrale områder:

- ”Det er ikke det du siger”
- Tilbage til de gamle dyder
- Opbygning og vedligeholdelse af tillid igennem virtuel salg
- De gode nyheder

1. "Det er ikke det du siger"
2. Tilbage til de gamle dyder
3. Opbygning og vedligeholdelse af tillid igennem virtuel salg
4. De gode nyheder

## 1. Det er ikke det du siger

Undersøgelsen blandt sælgerne viste en klar tendens. Vi er udfordret på vores muligheder for at aflæse kropssprog og på at bruge vores eget kropssprog. Vi ved godt, at vi skal lytte til køber, men vi har svært ved at vise at vi gør det. Samtidig har vi svært ved, at aflæse om køber synes om det vi præsenterer.

### Køber leder også efter signaler

Det er derfor vigtigt, at vi i endnu højere grad anvender det talte sprog til at "pace" vores køber. I et fysisk møde kan vi bruge ansigtsudtryk, små nik og a-ha-lyde til at indikere for køber at vi er interesseret i det de siger. Og dermed få dem til at fortælle mere. Vi må være bevidste om, at køber også leder efter signaler fra os om, at det de fortæller er interessant.

### Det er ikke umuligt at bruge kropssprog

Hvis man som sælger mener, at ens kropssprog er et afgørende, positivt virkemiddel, så bør man lave et setup som fordrer det. Mange har pr. automatik kameraet siddende på computeren, men stiller du blot kameraet en anelse længere væk, så kan du pludselig bruge dit kropssprog meget mere. Du kan se optagelsen af webinar [her](#) for at se eksempler på, hvordan vi arbejder med forskellige kameravinkler hos os på Smart Academy.

### Undgå det følelsesmæssige kviksand

Mange eksportsælgere kender følelsen af, at stå overfor for et lokale der er fyldt med mennesker, men tomt for ansigtsudtryk. Det kan være den samme oplevelse, når vi sælger virtuelt. Her må vi stole på at vores forberedelse og vores værditilbud rammer rigtigt. Vi må lægge vores eget behov for anerkendelse til side og spørge ind en ekstra gang, hvis der er brug for at sikre forståelsen hos køber.

## 2. Tilbage til de gamle dyder

De klassiske kommunikations- og salgsværktøjer er stadig aktuelle, også selvom vi sidder på hver vores side af en skærm!

### Behovsafdækning

Rundspørgen blandt sælgere indikerede, at selvom vi godt ved at en grundig afdækning af købers behov er afgørende, så er det ikke alle der klarer omstillingen til virtuel salg lige godt. Det kan være svært at få stillet de relevante opfølgende spørgsmål og rytmen i

samtalen er anderledes. Vi har heller ikke den samme mulighed for at bruge små uddybende sætninger og tonen forsvinder. Det er derfor afgørende, at vi bruger endnu mere tid på at forberede de helt rigtige spørgsmål. Hvert ord er en knap ressource i et online møde.

Fokuser på, at de spørgsmål du stiller skal kunne lede dig til konkrete, brugbare svar. Vær opmærksom på din anvendelse af åbne og lukkede spørgsmål.

Spørg fx hellere "Hvad håber du vi kan nå på de her 45 minutter" end "Hvad går I og bøvler med for tiden"?

### Løsningssalg

Vi skal løse problemer. Og de fleste købere har masser af dem lige i øjeblikket. Det er bare ikke sikkert at vores løsninger passer på de problemer, som kunderne havde i 2019.

Vi må derfor forholde os til at et godt gammelt værktøj som EFU-modellen stadig er aktuel. Vi må simpelthen tage køber i hånden og vise hvordan vores Egenskaber skaber Fordele og giver et konkret Udbytte i forhold til deres NUVÆRENDE behov i den NUVÆRENDE situation. Vi kan ikke lave løsningssalg på automatik ud fra de problemer vores købere plejede at have.

### Kom lad os brokke os

Som sælger er du vant til at håndtere indvendinger. Prisen er for høj, leveringstiden for lang og betalingsfristen for kort. I de nuværende markeder er der de fleste steder en enorm usikkerhed og købere er tilbageholdende. Alt, hvad der ikke er bidende aktuelt lige nu, bliver skudt til hjørne.

Sælgerens opgave er at få lyttet til købers indvendinger. Rigtig lytte, og ikke bare være stille. Og anerkende, at situationen omkring Covid-19 er enormt bekymrende for mange. OGSÅ selvom vi mener, at vores løsning ville kunne lette deres sorger. I en utryk situation, hvor vi taler sammen igennem teknologi, er der endnu mere brug for et forstående menneske, som lytter og anerkender.

Herefter må vi have modet til at spørge ind til det centrale i indvendingen. Er der en rationel forklaring eller er det baseret på frygt? Er likviditeten væk eller er der andre prioriteringer? Hav modet og spørg ind. På den måde ved du også, om du skal lade muligheden ligge indtil vi er på den anden side af pandemien.

### 3. Opbygning og vedligeholdelse af tillid igennem virtuel salg

*"Det er svært at have tillid til en, som man kun ser igennem en skærm"*

*"Jeg kan ikke opbygge tillid til nye købere, når jeg ikke har dem foran mig i virkeligheden"*

Disse er et par eksempler på, hvordan sælgere oplever udfordringer i den tillidsbaserede del af salget. Og det er bestemt nogle centrale punkter i det virtuelle salg. Vi er afhængige af at kunne opbygge og vedligeholde vores relationer.

Her er det vigtigt at minde sig selv om, at tillid er mere end følelsen af at sidde over for en man kan stole på. Der er 3 hovedområder i opbygning og fastholdelse af tillid, som i princippet er uafhængige af om vi er sammen virtuel eller fysisk:

#### 3.1 Oprigtig bekymring

Det er ganske givet; Det nuværende miljø er et svært miljø at være sælger i. Men det er til gengæld et oplagt miljø at være oprigtigt bekymret i. Og når vi viser en person, at vi er oprigtigt bekymrede, så udskilles hormonet oxytocin i hjernen. Dette hormon gør, at vi opbygger tillid og at vi er åbne overfor nye muligheder. Sørg derfor for at spørge åbent og ærligt ind til, hvordan Covid-19 har påvirket både virksomheden og din køber.

#### 3.2. Ærlighed

Det er vigtigt, at vi bibeholder vores evne til at være ærlige. Situationen er usikker, men tillid er også baseret på opfattelsen af ærlighed. Vi stoler på dem, som siger hvad de mener. Vær derfor gerne lige ud af posen, hvis du mener at din køber kan gøre noget anderledes eller hvis du har en særlig agenda med mødet. Vær også gerne ærlig omkring dine egne udfordringer med det virtuelle salg.

#### 3.3. Integritet

Tillid opbygges og vedligeholdes over tid på baggrund af vores adfærd. Ordet integritet beskriver vores evne til at gøre, hvad vi siger vi vil gøre. De fleste købere er i en tilstand med forhøjet stressniveau til dagligt og vil være ekstra opmærksomme på, om sælger holder hvad de lover. Vær derfor ekstra opmærksom på, om du får fremsendt det referat, det materiale eller den opfølgende mødeindkaldelse, som du har lovet.

### 4. De gode nyheder

De fleste sælgere oplever, at de er blevet givet en tidsgave. Man kan nå flere møder om dagen, når man ikke skal bruge tiden på landevejen. Det kan også være nemmere, at få købere til at acceptere et møde og møderne opleves som mere fokuserede.

Vi må gribe den gave og bruge den som vi finder bedst. Det kan være, at du kan:

- Forberede dig mere grundigt til mødet (købers situation, behov, mål og udfordringer er under forandring)
- Udvikle skræddersyede løsninger
- Tilpasse dagsordener, materialer og spørgsmål til den enkelte køber
- Analysere og prioritere dine muligheder, således at du bruger din tid på de købere, som både er klar til at købe og købe stort
- Knytte tættere relationer med dine vigtigste kunder ved fx. at dele relevant information og materiale med dem - også når I ikke lige skal mødes

### Konklusion

Der er ingen tvivl om, at mange sælgere er udfordrede på det virtuelle salg. De værktøjer og kompetencer, som er opbygget over flere årtiers erfaring er pludselig kastet op i luften og skal anvendes på nye måder. Der er dog heller ingen tvivl om, at det virtuelle salg er kommet for at blive. Købere vil også i fremtiden efterspørge mulighed for et online møde og sælgerne må derfor fokusere på, at optimere egne kompetencer fremfor at fokusere på at "komme igennem det".

Ønsker du at høre mere, så lyt med på webinar [her](#)

Hvis du er interesseret i efteruddannelse inden for salg og salgsledelse, så kontakt:

**Kris Fairbrother Svane**  
Chefkonsulent, Smart Academy

Tlf. 41 77 57 86  
kfs@smartacademy.dk