

KÖPPROCESS

Utveckla affärsstrategi och definiera projekt

Fastställa behov och kravspecifikation

KÖPPROCESS

Utvärdera alternativ

Välja lösning och utvärdera risk

KÖPPROCESS

Lösa detaljfrågor och förhandla kontrakt

Implementera och utvärdera succé

SÄLJPROCESS

Skapa

Kvalificera



SÄLJPROCESS

Utveckla

Bevisa



SÄLJPROCESS

Förhandling & avslut

Implementera

AKTIVITETER

Identifiera förmånstagare
Stimulera intresse
Få smärta erkänd
Bekräfta samtal och enas om nästa steg

Diagnosticera sponsors smärta
Skapa/förändra sponsors köpvision
Enas om att gå vidare
Förhandla om tillgång till Beslutsfattare
Bekräfta samtal och enas om nästa steg

AKTIVITETER

Diagnosticera beslutsfattarens smärta
Skapa/förändra beslutsfattares köpvision
Enas om att gå vidare
Fastsäll utvärderingskriterier
Föreslå plan för fortsatta steg
Bekräfta samtal och enas om utvärderingsplan

Genomför steg i utvärderingsplan
Presentera preliminär lösning
Bevisa möjligheter
Genomgång av offretkast
Fråga efter affären
Lämna offert
Muntligt godkännande

AKTIVITETER

Förbered förhandling
Nå slutgiltig överenskommelse
Få dokument signerade

Implementera lösning
Genomför implementeringsplan
Följ upp succékriterier
Identifiera nya potentiella affärsmöjligheter

VERKTYG

Värdeförslag
Referenshistoria
Prospekteringsmall
Prospekteringsbrev
Konkurrensstrategi

9 Boxar
Behovsmodell
Samtalsmall
Sponsorbrev

VERKTYG

9 Boxar
Behovsmodell
Samtalsmall
Powersponsorbrev
Utvärderingsplan

Utvärderingsplan
Implementeringsbrev
Implementeringsplan
ROI/Värdeanalys
Succékriterier

VERKTYG

Förhandlingsmall
Ge- och ta-lista

Succékriterier
Projektöverlämnade
Referenshistoria

VERIFIERBARA RESULTAT

Prospekteringsbrev

Sponsorbrev

VERIFIERBARA RESULTAT

Utvärderingsplan godkänd

Go/No Go-brev
Muntligt godkännande

VERIFIERBARA RESULTAT

Avtalsvillkor godkända
Påskrivet kontrakt

LEDNINGSSYSTEM

(S) 10%

(D) 25%



LEDNINGSSYSTEM

(C) 50%

(B) 75%



LEDNINGSSYSTEM

(A) 90-100%

GUIDELINE FÖR SÄLJSAMTALET

- 1 SKAPA KONTAKT**

- 2 INLEDNING AV SÄLJSAMTAL**
Mötets mål
Positionering och introduktion av företaget
Referenshistoria/Value proposition

- 3 FÅ SMÄRTA/MÅL**
Ställ situations/smärtfrågor. Smärtmeny
Prioritera erkänd smärta/mål

- 4 UTVECKLA BEHOV/VISION**
Visionsskapande/förändring

- 5 FÅ BESLUT PÅ ATT GÅ VIDARE**

- 6 BESTÄM FÖRMÅGA ATT KÖPA**
"...och du vill gå vidare, vad skulle du göra då? Vilka är inblandade?"
7a (Sponsor), 7b (Power Sponsor)

- 7a FÖRHANDLA OM TILLGÅNG POWER**
Om kunden accepterar, avsluta och skriv sponsorbrev
Om kunden inte accepterar, hitta en annan sponsor

- 7b KVALIFICERA KÖP-PROCESSEN MED POWER SPONSOR**

9 BOXAR™

Smärta →

	Diagnostisera anledningar	Utforska inverkan	Visualisera möjligheter
Öppna	"Berätta... Varför (smärta)?" A1	Vilka andra är påverkade och hur? I1	"Hur vill du lösa (smärta)? Kan jag pröva några idéer?" M1
Kontroll	Är det för att...? % # \$ A2	"Om... Borde inte också påverkas?" % # \$ I2	"Om du/ni kunde när, vem vad..." \$? M2
Bekräfta	Summera smärta och anledningarna A3	Summera inverkan I3	Summera visionerna "Om... kunde Du då..." M3

SNABBCHECK AFFÄRSLÄGE

