ASD

PRODUKTKATALOG

KUNNSKAP LEDER FØRST TIL RESULTATER NÅR DET BLIR OMSATT TIL PRAKTISK VISDOM

HVORDAN?

Cato Eriksen

Hva er forskjellen på kunnskap og praktisk visdom? Store Norske Leksikon sier: "Kunnskap er viten, lærdom, erkjennelse eller innsikt." Kunnskap kan vi aldri få nok av, og vi vil fortsette å tilegne oss kunnskap så lenge vi lever. Å tilegne seg ny kunnskap er relativt lett. Vi kan også si at det er et trinn 1.

Hva er da visdom? Aristoteles mente at praktisk visdom er en av de tre intellektuelle dydene. Forenklet sagt kan vi si at praktisk visdom er evnen til å bruke den kunnskapen vi er i besittelse av. Visdom blir derfor trinn 2. Hvordan lærer man da visdom?

Mennesket kan handle klokt på tre måter:
- ved ettertanke, det er den edleste.
- ved imitasjon, det er den letteste.
- ved erfaring, det er den bitreste.
Konfusius

I Arctic Sales Development bygger vi opp kursene våre etter disse prinsippene. Vi vil alltid strebe etter å tilby den mest aktuelle og nyttige kunnskapen innenfor salg, ledelse og personlig utvikling. Deretter streber vi etter å hjelpe våre kunder med både ettertanke og imitasjon gjennom spesifikke oppgaver. På den måten håper vi at du slipper å lære visdom på den bitreste måten.

INNHOLD

04 SALGSKOMPETANSE

Kort fortalt alt vi holder på med i salg. Fra grunnleggende strategi til avslutning av salgene våre.

12 SALGSLEDELSE

Som salgsleder må man ikke bare selv mestre faget salg. Det holder ikke å selv være en god selger. Man må også evne å gjøre sine kolleger og ansatte til gode selgere. Og det er en helt annen kunst!

14 PERSONLIG UTVIKLING

Hva skal til for å endre et resultat? Hvordan jobber man med sine egne vaner og egenskaper?

17 TEAMBYGGING OG MOTIVASJON

Her tilbyr vi hjelp med å bedre kommunikasjonen i en gruppe. I tillegg har vi aktiviteter som øker samhold og motivasjon.

SALGSKOMPETANSE

Cato Eriksen

Salg er et fag. Alle salgsledere har derfor et ansvar for å sikre at sine selgere forstår faget salg. Ingen ville gitt en rørlegger uten kompetanse ansvaret for selv å montere eller reparere rørsystemet i et bygg. De ville heller ikke sendt en elektriker. Eller en tømrer. Konsekvensene kan bli fatale. Hva da med å sende en selger uten kompetanse for å jobbe med et prospekt? Eller en rørlegger? Eller en elektriker? Også her kan det bli store konsekvenser. I verste fall vil de frastøte kunder, leads og prospekter. De kan brenne bruer til både personer og selskap. Dessverre gjøres dette alt for ofte! Og det er ikke uten grunn at salgsyrket har et ufortjent dårlig rykte. En kjent undersøkelse viser at bare 15% mener at første møte med selger hadde verdi. Heldigvis kan alle lære å selge. Alle kan

SALGSTRENING GIR EN GJENNOMSNITTLIG ROI PÅ 354%

få kunnskap om hvordan salg fungerer. Om hvordan kunder beslutter seg. Om hvordan man sikrer gode relasjoner. Om hvordan man går fram for å ikke frastøte, men tiltrekke. Vi kan si at salg er enkelt. Men det betyr ikke at det er lett. Det er kun ved kontinuerlig opplæring og trening man lærer å mestre noe. Det gjelder nye selgere, og det gjelder erfarne selgere. Den dagen man mener man er ferdig utlært er man ikke utlært, men ferdig. En ny statistikk fra Forbes sier til og med at det å ivestere i salgstrening gir en gjennomsnittlig ROI på 354%. Salgstrening gir ikke bare kunnskap, visdom og ferdigheter, det gir også selvtillit, motivasjon og engasjement. Vi vil alltid jobbe hardt for at våre kurs skal være både informative og engasjerende. Det er på den måten vi best endrer noe til det bedre!

DEN DYNAMISKE SALGSPROSESSEN

Ramo Ridderberg

En stor og pågående undersøkelse viser at 70% ledere mener at de har en definert salgsprosess. Takk og pris. Vi trenger salgsprosesser, og de fleste ledere forstår heldigvis det. Salgprosesser hjelper selgere til å følge en kundes beslutnings-prosess. I det øyeblikket man glemmer eller overser hvor viktig det er å gå systematisk fram i salget, er det stor fare for at man ødelegger tilliten til prospektet. Problemet er at den samme undersøk-elsen viser at kun 9% selgere følger en definert salgsprosess. Det er skremmende! Stakkars kunder! Hvorfor er det slik? Det er selvfølgelig samensatt, men vår erfaring er at mange bedrifter kompliserer prosessene sine. Derfor jobber vi alltid etter "den dynamiske salgsprosessen". En prosess som gjør det lett for alle å gå fram riktig i salgene sine. Uansett hvilke steg man skal igjennom, vil man ved å følge denne sikre at man følger kundens beslutningsprosess!

STRATEGI

MODUL	INNHOLD
Innføring i salgsfaget	Hva er salg? Hva er en selger? Hordan jobber man med salg?
Innføring i salgsprosess	Forklaring på hvorfor en definert salgsprosess er helt nødvendig for å lykkes i salg.
Den dynamiske salgsprosessen	Innføring i verdens mest brukte salgsprosess, og dens forskjellige faser.
Strategifasen	Her forklarer vi hva som ligger i strategifasen, og hvilket ansvar en selger har i denne delen av et salg.
Pipeline management	Forklaring på hvorfor vi må systematisere alle kontakter vi jobber med i en pipeline.
CRM	Et overvåkningsverktøy for sjefen? Eller en selgers beste venn?
RIK- Modellen	Den beste måten å endre våre resultater.
KPI-måling	Hvordan vi kan bruke KPI-er som en faktor for utvikling.
Visjon og misjon	Opplæring i den rollen en selger har i en bedrifts visjon og misjon.
De logiske nivåer	Vi hjelper selgeren til å forstå verdien av å navigere etter bedriftens fyrtårn.
Agenda	Hva den bør inneholde, og hva den kan hjelpe oss med.
Referat	Hvorfor og hvordan?

KONTAKT

MODUL	INNHOLD
Innføring i kontaktfasen	Dypere forklaring på hva fasen inneholder, og dens betydning for resten av salget.
Tillit	Forklaring på hva som ligger i fenomenet tillit og hvordan vi kan skape det.
Rapport	Hva det er og hvorfor det er viktig.
Hvordan skape rapport	Hvilke mekanismer kan vi bruke for å skape og opprettholde rapport?
Toleransevinduet	Forståelse av sinnets tre faser og hvordan vi sikrer at kunden er mottagelig for budskapet vårt.
Innføring i DISC	Den mest anerkjente av alle adferdsanalyser.
Hvordan kjenne igjen arktypene	Hva er det som kjennetegner forskjellige mennesker?
Hvordan tilpasse seg arktypene	De grepene vi kan ta for å skape tillit på tvers av forskjellig adferd.
Møtebooking	Knekk utfordringen med å booke møter på første telefon!
4x20-modellen	Kunsten å skape et godt førsteintrykk i B2C-salg.
Møteledelse	Det som skal til for å ha kontroll over et møte, og sikre et neste steg.
Porteføljeforvaltning	Skape forståelse for opprettholdelse av kontakt med eksisterende kunder.
Hvordan følge opp arktypene	Det vi gjør for å holde på kundene etter et salg.

INFORMASJON

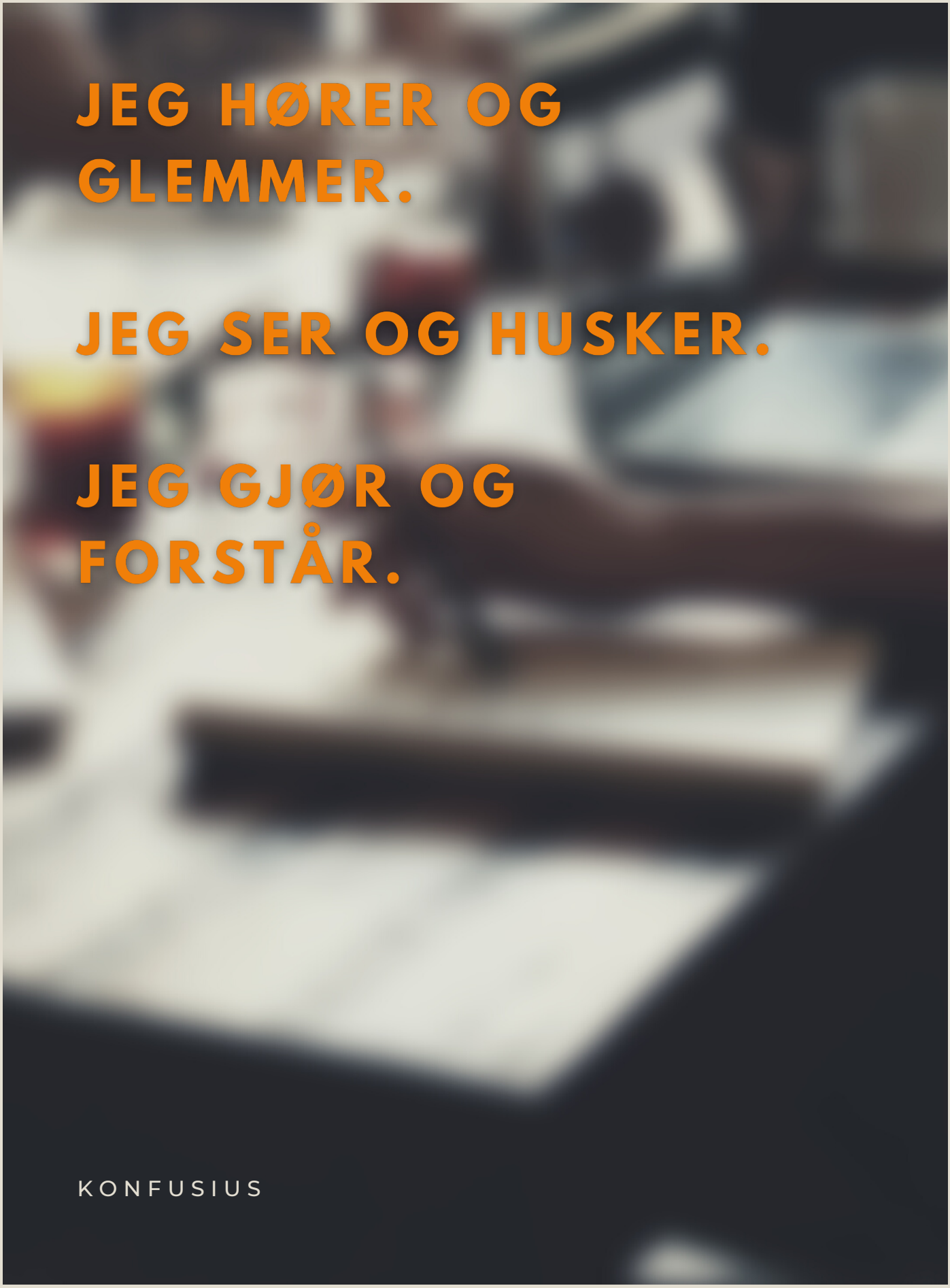
MODUL	INNHOLD
Innføring i informasjonsfasen	Fasens betydning, og hvorfor den må gjennomføres på en god måte!
Behov	Hva er det som skaper et behov, og hvorfor må vi finne kundens?
Innføring i bruk av spørsmål	Hva kan vi bruke spørsmål til? Og hvordan kan vi skille oss ut fra de fleste selgere?
Spørreteknikker	Opplæring i riktig bruk av spørsmål, og bruk av riktige spørsmål.
Latente behov	Hva det er, og hvordan det aktiveres.
Delaksept	Trikset for å sikre delaksept.
Lytteteknikker	Betydningen av å lytte aktivt.
Spørsmålskartotek	Vi lager et spørsmålskartotek sammen.
Hvordan tilpasse seg arktypene	Grepene vi bør ta for å sikre rapport overfor forskjellige adferdstyper, i denne fasen av et salg.
Gode notater	Hvorfor vi bør være opptatt av det, og hva som er viktigst å notere.

PRESENTASJON

MODUL	INNHOLD
Innføring i presentasjonsfasen	Hva ligger i denne fasen, og når starter den?
Personlig interesse	Kunden, det viktigste med din presentasjon!
Presentasjonens 1-2-3	Innhold, levering og tilpassing.
Storytelling	Hvordan bruke gode historier for å lykkes med presentasjonen?
Argumentasjon	Opplæring i virkningsfull argumentasjon.
God innledning	Hva som skal til for å fange kundens interesse fra første stund.
Hvordan vi bør snakke	Flytende tale, engasjement og disposisjon. Stemmekvalitet og ordvalg.
Hva vi snakker om	Behov og relevans. Logikk, illustrasjoner og spørsmål. Repetisjon.
Hvordan snakke til underbevisstheten	Kroppsspråk, mimikk og øyekontakt.
Det visuelle	Finn riktig medium, og riktige verktøy for å bygge opp ditt budskap.
Tid	Hvor mye tid bør vi bruke?
Hvordan tilpasse seg arktypene	Hvordan tilpasser vi en presentasjon til forskjellig publikum?
Løsningssalg	Trikset å unngå mersalg, og heller presentere en fullstendig løsning.

AVSLUTNING

MODUL	INNHOLD
Lese kjøpssignaler	Tegn vi kan se etter for å vite når vi skal avslutte salget.
Avsløre og takle innvendinger	Få alt på bordet, og ta hånd om innvendiger på riktig måte.
Forhandlingsteknikk	Oppsumere behov, løsing og verdi.
Lukketeknikker	Forskjellige måter å få en avgjørelse fra kunden.
Hvordan tilpasse seg arktypene	Hvordan forholder vi oss til de forskjellige adferdstypene når vi skal lukke et salg?
Neste steg	Levering, oppfølging og å holde kunden varm til neste prosess.


JEG HØRER OG GLEMMER.
JEG SER OG HUSKER.
JEG GJØR OG FORSTÅR.
KONFUSIUS

SALGSLEDELSE

Cato Eriksen

Det finnes ikke en god leder. Faktisk er vår påstand at det er like naturlig å lede et annet menneske som det er å puste under vann. Vi forstår at en slik uttalelse kan være provoserende, og det finnes selvfølgelig noen ledere som er bedre enn andre. Så hva er det som gjør noen til en bedre leder? En som leder på en god måte, er en som skaper resultater gjennom sine medarbeidere! Det er en som skaper en flamme inne i en person, ikke under en person. En engelsk forfatter, Wiliam Hazlitt, skrev at "for å få andre til å komme inn i vår måte å tenke på, må vi gå over til deres. Det er nødvendig å følge for å lede". Vi stiller oss bak den uttalelsen, og mener at de beste lederne der ute også er de mest ydmyke lederne. Så hva kreves det av en god salgsleder? En god salgsleder må mestre to ting. For det

FOR Å FÅ ANDRE TIL Å GÅ INN I VÅR MÅTE Å TENKE PÅ, MÅ VI GÅ OVER TIL DERES

første må man selv mestre salgsfaget. For det andre må man også være en god leder. Disse tingene er ikke synonymer. Mange er gode selgere og blir flyttet opp til å bli salgsleder. Ofte mister man da en god selger, og får en dårlig leder. På den anne side vil man ikke nødvendigvis være en god salgsleder bare fordi man er en kompetent leder. Det vil da være vanskelig å hjelpe sine kolleger til å stadig drives framover mot å bli en dyktigere selger. Hvis derimot salgskunnskapene er på plass, vil det være nyttig å lære hvordan man mestrer den kunsten det er å utvikle og lede andre mennesker.

SALGSLEDELSE

MODUL	INNHOLD
Visjon. misjon og verdier	Hjelp til å forstå betydningen og bruken av visjon, misjon og verdier.
Visjon, misjon og verdier	Vi hjelper selskap med å sette en god visjon, misjon og gode verdier.
SWOT-analyse	En sammenligning med andre selskap, og hvor man ønsker å være på lang sikt.
Gap-analyse	Vi finner nåværende situasjon, ønsket situasjon og hvordan vi skal komme dit.
Tilbakemeldingskultur	Hvordan vi skal komme med utviklende tilbakemeldinger.
Å tilpasse seg sin ansatt	Hvordan vi skal forstå våre ansatte og tilpasse vår kommunikasjon.
Lederstil	De forskjellige måtene å lede på, og hva som er best for deg!
Endringsledelse	Hva som skal til for å endre et menneske og et team.
De logiske nivåer	En modell for å hjelpe en leder med å utvikle en ansatt.

SALGSLEDELSE

MODUL	INNHOLD
Joharis vindu	Hvordan hjelpe et menneske å nå sitt potensiale.
Prestasjonsledelse	Å få både ansatte og team til å bli bedre.
RIK-tabell	Hvor er vårt team, og hvor trenger hver enkelt coaching?
KPI-styring	Hva er en god KPI, og hvordan finner man dem?
KPI-implementering	Å få selgere til å forstå og å føle ansvar for egne KPI-er.
Målsetting	Hva slags mål bør en ansatt sette seg for å sikre endring?
Ledelsespuls	Hvilke konkrete møtepunkter bør til for å bevege seg i riktig retning?
Teammøter	Gode teammøter som skaper engasjement.
Utviklingssamtaler	Planlegging, gjennomføring og oppfølging.

Å VITE ER Å VITE AT
DU IKKE VET NOE.
DET ER
BETYDNINGEN AV
EKTE KUNNSKAP.
SOCRATES

PERSONLIG UTVIKLING

Ramo Ridderberg

Vi brenner for å hjelpe andre med å utvikle seg. For å hjelpe oss bruker vi en rekke verktøy og modeller utviklet av blant annet psykologer. Slik vi ser det er det disse fire grunnene som er de viktigste argumentene for å investere i sine ansatte: For det første kan personlig utvikling gjøre ansatte mer motiverte og fornøyde med jobben sin. Vi kjenner alle på en følelse av mestring og tilfredshet når vi får muligheter til å lære nye ferdigheter og utvikle våre egenskaper. Da er det mye enklere å være engasjert, produktiv og å yte sitt beste på jobben. Det andre er at det bidrar til å øke tilknytningen til virksomheten og redusere turnover-raten. Når ansatte føler at de får muligheten til å lære og utvikle seg på jobben, kan dette øke deres tilknytning til virksomheten og gjøre dem

HVIS DINE HANDLINGER INSPIRERER ANDRE TIL Å DRØMME MER, LÆRE MER, GJØRE MER OG BLI MER, DA ER DU EN LEDER

mer lojale. Det igjen gjør det lettere å holde på gode ansatte, og sparer virksomheten for kostnader knyttet til å ansette og trene opp nytt personale. En tredje grunn er at våre kolleger er en viktig kilde til ny kunnskap og innovasjon. Når ansatte får mulighet til å lære og utvikle seg, kan de bidra med nye ideer og løsninger som kan være med på å gjøre virksomheten mer lønnsom og konkurransedyktig. Til sist er det viktig å nevne at det ofte er de ansatte som er den viktigste kontakten med kunder, og det er gjennom denne kontakten at virksomheten bygger relasjoner og skaper verdi. Det sier seg selv at man løper en stor risiko om man unnlater å bruke tid og ressurser på sine medarbeidere. Det er ikke en utgift. Det er en investering.

PERSONLIG UTVIKLING

MODUL	INNHOLD
Den viktigste egenskapen	Vi bruker tid på den egenskapen som er aller viktigst for å lykkes som menneske!
Vanens makt	Hvorfor det er ved å utvikle gode vaner vi gjør varig endring.
Kontrollsirkel	Hvilke ting i vårt liv skal vi la oss styre av?
Joharis vindu	Denne modellen forklarer hvordan vi skal finne vårt potensiale.
RIK-modellen	Hvordan skapes våre resultater, og hvordan flytter vi resultatet vårt?
De logiske nivåer	Et kjent verktøy for å finne ut hva som skaper resultater, og hvor endringen bør skje.
Målsetting	Hvordan vi setter oss gode mål for å gjøre framgang.
Adferdsanalyse	En komplett analyse av deg som leder eller selger, med både sterke sider og utviklingspotensiale.
Coaching	Vi har lang erfaring med å hjelpe menensker med å finne sitt potensiale, og å innse hva som skal til for å nå det!

TEAMBYGGING OG MOTIVASJON

Ramo Ridderberg

Vi kan føre på ny kunnskap. Vi kan hjelpe med salgsprosesser, spørsmålskartotek, og presentasjonsteknikker. Og vi kan hjelpe med å se sitt potensiale og å nå sine mål. Det siste feltet hvor vi kan hjelpe salgsteam handler om å få størst mulig effekt ut av alt dette. Skal det man lærer bort ha best virkning bør medarbeidere være engasjert og motivert, og man bør ha et team som bruker hverandre på en konstruktiv måte. På den ene siden handler teambygging om å bygge en gruppe mennesker som stoler på hverandres kunnskap og erfarig. I et team hvor man har tillit til hverandre, og en åpen og ærlig kommunikasjon, vil man kunne bruke hverandres kompetanse. På den andre siden handler det om å sette sammen en gruppe med mennesker som kan spille hverandre gode, og som

ET TEAM ER IKKE EN GRUPPE MENNESKER SOM JOBBER SAMMEN. DET ER EN GRUPPE MENNESKER SOM HAR TILLIT TIL HVERANDRE

representerer forskjellige styrker. Alle drømmer om å ha engasjerte og motiverte selgere i sitt selskap. Det er de motiverte ansatte som ønsker å gjøre endringer. Som ønsker å lære seg nye ting. Som yter det lille ekstra og byr på seg selv, og som faktisk strekker seg for å nå målene sine! Om man lykkes med å motivere dem rundt seg vil man ende opp med en gruppe mennesker som er villig til å yte det lille ekstra, som ønsker å bli værende og som leverer den beste kvaliten på tjenestene våre. Vi vil selvfølgelig hjelpe til med alt det praktiske rundt overnatting, spising og underholdning. En populær aktivitet er for eksempel et av vinkursene våre. Men det vi brenner for er å bygge tillit mellom mennesker, åpne kommunikasjonen og å styrke sammarbeidet mellom medlemmer i en gruppe.

TEAMBYGGING OG MOTIVASJON

MODUL	INNHOLD
Konflikthåndtering	Vi hjelper både team og enkeltpersoner til å samarbeide og se hverandres styrker.
Tilbakemeldingskultur	Hvordan vi gir konstruktive tilbakemeldinger i et team for å hjelpe hverandre.
Joharis vindu	Vi bruker modellen for å styrke tilliten til og forståelsen av hverandre.
Teambyggingsoppgaver	Ved hjelp av en rekke gamification-oppgaver styrker vi samarbeid og lagfølelse.
Vinsmaking	Velg mellom flere vinkurs for alle nivåer. Vi smaker blindt.
Ølsmaking	Flere kurs for dem som vil vite mer om øl og ønsker å utforske ølets verden.
Hotell-booking	Vi henter tilbud fra flere aktører for å finne riktig overnatting til riktig pris.
Event-planlegging	Alt fra middag og lunsj til underholdning kan vi ta hånd om.

PRODUSERT AV ARCTIC SALES DEVELOPMENT

Besøk nettsiden vår for å finne ut hvordan ditt salgsteam kan nå sitt potensiale

SALESDEVELOPMENT.NO