

Den digitala säljprocessen

Istället för att anpassa den traditionella säljprocessen till en säljsituation där det mesta av försäljningen sker med digitala möten och digital kommunikation har vi skapat en ny digital säljprocess för lösningsförsäljning som utgår ifrån de möjligheter och förutsättningar som nu finns tillgängliga. För att kunna genomföra digitala säljaktiviteter med hög kvalitet krävs tillgång till teknisk utrustning och digitala mötesprogram samt möjligheter till snabb uppkoppling – till skillnad från den traditionella lösningsförsäljningen då professionella säljare klarade sig med en dator, smartphone och ett anteckningsblock. Den digitala säljprocessen bygger på 3 enkla principer:

- Digital närvaro
- Samskapande
- Geografiskt oberoende

Digital närvaro

Digitala lösningssäljare behöver kunna agera 100% digitalt, dela dokument med kunden och samverka med kundens beslutfattare och interna resurser på digitala möten. Att använda inspelningar av digitala säljpitchar, demonstrationer och möte för att föra information vidare till de som inte kunde vara med på mötet underlättar kommunikationen. Säljaren och kunden kan befinna sig var som helst i världen. Olika media kan mixas och användas på ett naturligt sätt.

Samskapande

Kunderna kommer att vilja utveckla sin egen version av lösningen, inspirerad av all kunskap som de lätt kan skaffa sig via internet, nöjer de inte sig med standardpaketet. Säljaren behöver organisera steg i sin säljprocess där detta kan ske. Vi kallar det för Solution Mapping®.

Geografiskt oberoende

Den digitala närvaron öppnar upp för digitala säljmöten med deltagare som kan befinna sig i princip var som helst i världen samtidigt. Det öppnar möjligheter för både säljare och köpare att snabbt få ihop möten, där deltagarna medverkar under hela eller en del av mötet och processen med att kartlägga behov och samskapa underlättas.

Dessutom blandas den formella och den informella kommunikationen

Tack vare sociala kanaler som LinkedIn, Facebook och Instagram är det lättare att vara uppdaterad på vad som händer i kundernas liv och hos säljarens organisation. Dessutom ger de digitala mötena, som ofta sker i hemmamiljö en inblick i kundens privatliv. Den informella och formella kommunikationen blandas.

Dessa nya principer för digital lösningsförsäljning möjliggör den digitalt drivna lösningsförsäljningen

Steg 1: Initiativ

Målet med detta säljsteg är att skapa eller fånga ett kundinitiativ. Det kan vara ett behov, problem eller ett mål kunden har som skall lösas. Det kan vara kunden som initierar kontakten eller säljaren som hjälper kunden att identifiera en möjlighet. Detta kan ske genom att säljare fångar upp kundens intresse via sociala kanaler, ett visat intresse på ett utskick eller genom att säljaren prospekterat och tagit kontakt med kunden. Förberedelser leder fram till en digital säljpitch som fångar kunden, väcker intresset och etablerar förtroende. Kunden och säljaren är överens att gå vidare, starta en process för att kartlägga behov med målet att skapa en lösning som leder fram till en affär.

Aktiviteter

- Personlig kontakt på sociala media
- Digitala marknadsaktiviteter
- Leverabel: Bokad digitalt säljmöte

Steg 2: Power Questions®

Målet med detta säljsteg är att skapa en målbild som säljaren och kunden kan utgå ifrån när behoven från flera av kundens beslutsfattare kartläggs och kvalificeras. Säljsteget avslutas när kunden och säljaren har en gemensam målbild, har hittat behov, problem och mål som kan och är tillräckligt värdefulla att lösas.

Aktiviteter

- Förberedelser
- Digital säljpitch
- Storytelling
- Power Questions® med Sales Canvas®
- Stakeholder mapping
- Leverabel: Sponsorbrev

Steg 3: Solution Mapping®

Målet med detta säljsteg är att skapa en lösning tillsammans med kunden, så att kunden tar ägarskap, lösningen kan implementeras på ett riskfritt sätt och ger kunden en tillräckligt bra avkastning för att vilja skriva kontrakt med köparen.

Aktiviteter

- Solution Mapping® workshop
- Action plan
- ROI analys
- Implementationsplan
- Succékriterier
- Leverabler: Utkast på offert med utvärderingsplan

Steg 4: Värdeskapande avslut

Målet med detta säljsteg är att utforska värdet, lotsa fram kunden till att skriva kontrakt med säljaren, ha en överenskommen plan för implementation och tydliga succékriterier för uppföljning av resultatet.

Aktiviteter

- Offertutkast genomgång
- Genomgång av avtal
- Administrativa, legala och tekniska godkännanden
- Leverabler: Signerat kontrakt