

The background features a large, abstract graphic composed of several overlapping, organic shapes in a vibrant red and a muted teal color. The shapes are irregular and layered, creating a sense of depth and movement. The red shapes are more prominent, often framing or overlapping the teal shapes.

BRAVURA
Growth Program 2018

Min utbildningsmanual

Namn:

Telefon:



Säljare till rådgivare SIDORNA 4–14

Positionera dig som expert.
Förstå vilka dina viktigaste kunder är.
Identifiera dina mest lojala beställare.
Ha en ambassadörsstrategi.

Leverantör till partner SIDORNA 15 –25

Förstå olika beslutsfattares motiv.
Presentera ett budskap för många personer samtidigt.
Identifiera vad som är mest värdefullt för dina kunder.

Growth Project SIDORNA 6–9, 26

Mål och utveckling SIDAN 27

Growth Project

Identifiera dina fem befintliga kunder som du bedömer har störst potential att nå ökad tillväxt:

KUND	AFFÄR IDAG	BEDÖMD POTENTIELL AFFÄR TB
1		
2		
3		
4		
5		

Välj ut den av dina fem kunder som du har störst utmaning med idag

Vad upplever du är utmaningen med kunden?

Idéer på actions för att hantera utmaningar?

Definiera ett realistiskt tillväxtmål för dina fem utvalda kunder:

Exempel på tillväxtmål

- Tillväxt i TB
- Antal konsulter
- Antal beställare
- Ramavtal/samarbetsavtal
- Antal tillsättningar
- Antal leads till nya beställare inom bolaget

Bryt ner tillväxtmålet för varje kund
i tre konkreta delmål med tydlig deadline

KUND 1: TILLVÄXTMÅL:		
Delmål	Prioriterade actions	Deadline
1		
2		
3		

KUND 2: TILLVÄXTMÅL:		
Delmål	Prioriterade actions	Deadline
1		
2		
3		

KUND 3: TILLVÄXTMÅL:		
Delmål	Prioriterade actions	Deadline
1		
2		
3		

KUND 4: TILLVÄXTMÅL:		
Delmål	Prioriterade actions	Deadline
1		
2		
3		

KUND 5: TILLVÄXTMÅL:		
Delmål	Prioriterade actions	Deadline
1		
2		
3		

Förberedelse för anbudspresentation

Struktur

1 Inspirerande inledning:

EXEMPEL: relevant undersökning, storytelling, framgångsexempel, Quiz, andra insikter.

2 Syftet med presentationen:

3 Viktigaste huvudrubrikerna i presentationen:

4 Introduktion av kundrepresentanter och oss själva:

5 Säkerställ att förväntningar på innehållet möts:

6 Presentation Bravura: Vilka vi är, vad vi gör, hur vi gör det?

7 De tre viktigaste sakerna vi vill att åhörarna tar med sig:

8 Frågestund:

9 Minnesvärd avslutning:

Feedback efter anbudspresentation:

Lönsamma partnerskapsavtal

Vilka är de vanligaste misstagen i förhandlingsteknik?

Vad är utmärkande för riktigt framgångsrika förhandlingar?

Tre gemensamma faktorer för alla förhandlingar

- att lära känna motpartens mål och uttala vad du vill uppnå
- att samla information om motparten och dennes behov
- att sträva efter att nå en kompromiss

Sju effektiva tips för en lönsam förhandling

- Skapa konstruktiv dialog och samarbete
- Du förhandlar hela tiden – skapa en känsla av att ni samarbetar för att nå ett gemensamt mål
- Sträva alltid efter att skapa en situation som gynnar alla parter
- Förhandla aldrig om bara en fråga
- Acceptera aldrig ett erbjudande för snabbt
- Skapa mervärde för samtliga inblandande
- Tydliggör överenskommelse

Förhandling

Förhandlingens fyra faser

1. Analys
2. Idealt lösningsförslag
3. Kompromiss
4. Överenskommelse.

FÖRBEREDELSEUPPGIFT:

1. Analys

a) Tydliggöra riktning

(Beskriv dina och motpartens målsättningar, definiera rimliga överenskommelser.)

Motpartens målsättningar:

Dina målsättningar:

VILKA DELAR ÄR FÖRHANDLINGSBARA?		
Minimi	Realistisk	Idealnivå

Vilka förhandlingspunkter tror du är viktigast för motpartens målsättningar?

Vilka har du lättast för att kompromissa med och vilka är svårare?

b) Hitta gemensam mark

(Bedöm styrkan och typen av affärsrelation, utvärdera och hitta gemensamma ambitioner och målsättningar, studera liknande och tidigare förhandlingssituationer.)

Vilka gemensamma mål delar du och kunden?

c) Utvärdera relationen

(Förutse motpartens agerande och flexibilitet, identifiera motivationsfaktorer och personligheter, planera hur du ger feedback och argument för att nå ert önskade slutresultat.)

Identifiera vilka invändningar du tror att kunden har och dina argument för att bemöta dem:

d) Definiera en happy-happy överenskommelse

(Skissa på hur bästa tänkbara överenskommelse kan se ut, hur skall du stärka relationen efter att förhandlingen är avslutad.)

Vilken lösning tror du att både du och kunden kommer vara nöjd med?

2. Idealt lösningsförslag

Presentera detta utifrån kundens synvinkel.

Vilka värden kommer kunden få av detta förslag?

Tips! Våga presentera ditt förslag först.

3. Kompromissa

Välj ut de delar du inte vill kompromissa med och varför:

Välj ut de delar du kan kompromissa med och varför:

Tips! Ger du något ska du alltid få något tillbaka.

4. Överenskommelse

(ej förberedelseuppgift, fylls i när övningen är klar)

Reflektera över vad du är mest nöjd med i överenskommelsen och vad kunden är mest nöjd med:

Tips! Säkerställ att båda parter är nöjda genom att ställa frågan.

Frågeförberedelse

Tre typer av frågor som du kan använda under förhandlingens gång:

- Undersökande frågor (ofta slutna frågor som fastställer grundläggande information).
EXEMPEL: Vilka är involverade att fatta beslut?
När räknar ni med att ha ta ett beslut?
- Utvecklande frågor (vanligen öppna frågor som avser att vidareutveckla grundläggande information som vi redan fått genom att bedöma denna informations betydelse för personens situation).
EXEMPEL: Vad skulle det betyda för dig om du kunde...?
Hur tror du att ... kommer påverka din verksamhet?
Vilken av de frågor du tagit upp är mest akut?
- Utvärderande frågor (vanligen slutna som ger oss möjlighet att kontrollera våra framsteg i olika punkter i förhandlingsprocessen).
EXEMPEL: Vad tycker du om det? Har jag bemött din oro?

Förberedelse presentation Growth Project

Metodik

Kort bakgrund, information om kund samt vår historik.

Varför är kunden intressant för oss?

Vad satte du för mål?

Hur gick du till väga?

Resultatet.

BRV – vad vill du skicka med till andra?

Fokus framåt på kunden.

BETYGSÄTTNING, 1-5

- Tydligt varför ska vi investera tid & resurser i kund.
- Tydlighet i målsättning.
- Tillvägagångssättet bearbetning – handlingskraft & nytänkande.
- Värde i rådet till övriga.
- Tydlighet i fokus framåt.
- Trovärdig & inspirerande som presentatör.

Fokus och mål 2019

Utvecklingsplan

Befintlig, utveckla befintlig/nytt, innovera – 70/20/10

70 procent

Hur kommer du bibehålla de kundsamarbeten du har idag?

20 procent

Hur kommer du utveckla dina samarbeten och hitta nya?

10 procent

Vad behöver du göra för att utveckla dig själv för att kunna göra ovan? Vad behöver du göra annorlunda?

Målinriktad
Pålitlig
Inspirerande
Generös

BRAVURA

Bravura Sverige AB | Hornsbruksgatan 28 | 117 34 Stockholm
+46 8 400 240 50 | info@bravura.se | www.bravura.se