

## Her finder du Torben Wiese's værktøjer fra:

Der kræves QuickTime™ og  
et -komprimeringsværktøj,  
for at man kan se dette billede.

Yderligere information, foredrag, uddannelser  
nyhedsbreve, bøger m.m. finder du på:

[www.habitmanager.com](http://www.habitmanager.com)  
[www.brydvanen.dk](http://www.brydvanen.dk)



---

## Værktøj – beskrivelse af vanemanuskript i situation: Indvendinger

---

Vanemanuskript - det er "skrevet" på forhånd hvordan du vil tænke, handle og reagere i forskellige *nye* og *kendte* situationer.

Tænk på denne situation fra salgssituationen og prøv at beskrive hvad der er "skrevet" i manuskriptet.

Følelse(r):

---

---

---

Tanke(r):

---

---

---



Fysisk(e) handling(er):

---

---

---

Vurdér nu om "manuskriptet" er værdifuldt, begrænsende eller neutralt i forhold til dine egne og din virksomheds mål:



## Værktøj – inspiration til at identificere, definere og udtrykke vanemønstre

Brug dette værktøj til at finde de følelser, tanker og handlinger som du oplever i forskellige situationer.

Vurdér herefter om dine reaktionsmønstre er værdifulde, neutrale eller begrænsende i forhold til dine/ Jeres mål – hvad følelsen, tanken og handlingen faktisk medfører.

Vurdér om andre reaktioner vil kunne hjælpe dig til at opnå målene bedre.

### Eksempler på følelser:

De 4 grundfølelser:

- Glæde
- Vrede
- Sorg
- Lyst

At føle sig

- Sikker
- Usikker
- Tryk
- Utryk
- Vrede
- Glæde
- Kæmp
- Flygt
- Positiv stress
- Negativ stress
- Afmagt
- Overskud
- 



### Eksempler på tanker:

At tænke:

- Denne kunde er flink...
- Denne kunde er en idiot
- Nu igen...
- Frustreret – hvad skal jeg gøre...
- Det er spændende...
- Det her kan jeg klare...
- Det her kan jeg ikke klare...
- Jeg vil vende tilbage...
- Jeg er ked af det...
- Jeg er gal...
- Nu er det nok...
- Nu igen...
- Typisk...
- Hvad skal jeg gøre...
- Tankeløs – ingen tanker
- 

### Eksempler på fysiske handling:

(Det kunden hører/ser/oplever)

- Stemmevolumen op
- Stemmevolumen ned
- Variation i stemmeleje – lys/mørk
- Hastighed i ordstrøm – høj/lav
- Styrende spørgsmål
- Neutrale spørgsmål
- Information igennem påstande
- Slår øjne ned
- Kropssproget
- Arme over kors
- Åbne arme
- Sidde frem
- Sidde tilbage
- Tager initiativ
- Afventer kundes initiativ
- Udsætter samtalen
- Mundlam
-



---

---

Værktøj – hvad dækker indvendingen over, og hvordan behandle?

---

---

Indvending

Indvendingen udtrykker

Eksempel på behandling

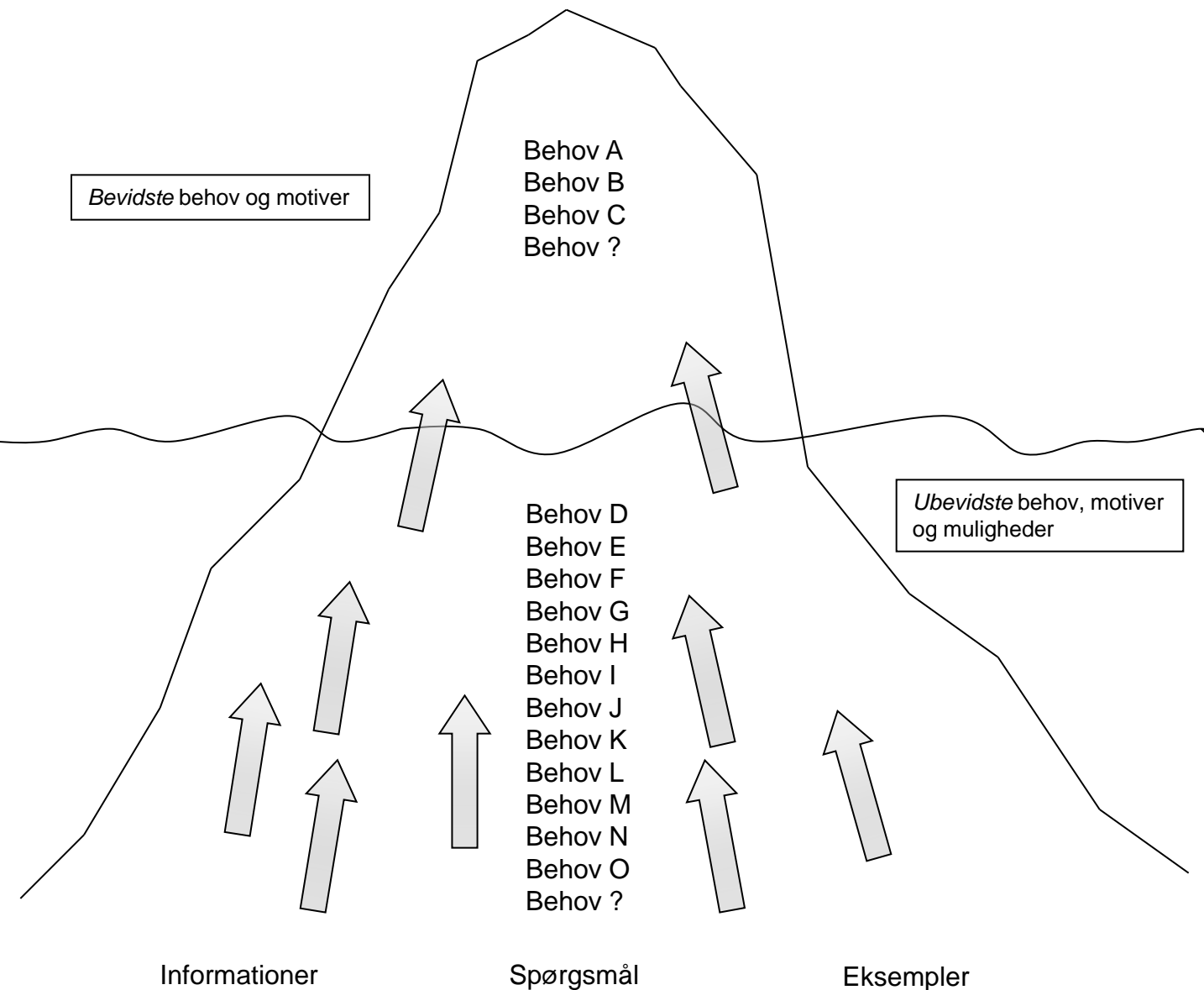
Hvilke vanemønstre kendetegner dig på dette område?

**Vurder altid:** Skal indvendingen behandles før den kommer, når den kommer - eller udskydes til senere?



## Isbjerg tankegangen til afdækning og aktivering af behov

- Når vi afdækker kundens behov, belyser vi de *kendte* behov
- Når vi aktiverer behov hos kunden, belyser vi *nye* behov
- Vi forstærker kundens samlede behov og lyst til at købe, ved at fortælle om udbyttmulighederne
- Din opgave er at gøre ubevidste behov bevidste, og præsentere en løsning der passer til behovene
- God kommunikation hjælper dig og kunden til at finde rette løsninger



Jo stærkere kunden oplever behovene og mulighederne –  
jo større mulighed er der for at kunden vælger jer



# Iceberg selling – inspiration til rækkefølge og formulering af spørgsmål

## Til bevidste behov

## Til fælles opfattelse

Vi gennemgår punkt for punkt **om** – og **hvordan** – vi lever op til kundens krav og ønsker – hans/hendes/virksomhedens **bevidste** behov - og søger undervejs accepter på dette. Vi sammenfatter og tager initiativ til endelig, samlet accept og handling

- Skal vi sammen se på hvordan vi lever op til disse punkter...?
- Når du nu har set at vi tilfredsstillende lever op til dine krav, så...?
- Det vil sige at vi er enige om at a, b, og c, ikke sandt?
- Ønsker I service X eller Y?

Vi repeterer og forstærker kundens behov, reducerer irrelevante vanereaktioner – og hjælper kunden til en **rigtig beslutning** – god for kunden og god for os. Vi skaber en "Win-Win situation"

Vi vurderer situationen, opsummerer og undersøger om "alt" er nævnt, med sammenfattende sætninger efterfulgt af "blødt" eller "hårdt" ledende spørgsmål Ved nye informationer uddybes disse på ny fra "bunden af isbjerget"

- Udover pris, garanti og leveringstid, er der da andre ting du lægger vægt på?  
-Skal jeg forstå det sådan at såfremt vi lever op til disse, så...
- Du nævner x, y & z – er det rigtigt opfattet, at i fald vi lever op til disse, så vil I overveje os seriøst?

Vi checker om – eller sikrer - at der ikke er mere gemt eller glemt under overfladen – til gavn for både kunde og sælger

Vi husker kundens udtalelser og stiller uddybende styrende og neutrale spørgsmål

- Nu siger du pris – hvad tænker du specielt på?  
•Hvordan ser du på...?
- Når du nævner kvalitet, tænker du så på...?
- Et område vi ikke har talt om er... hvilke...?  
•Hvis du skal prioritere disse ting – hvilke er da de vigtigste...?

Vi – og kunden – går fra **indtryk** til egentlig -fælles - forståelse af kundens situation, behov og motivation

## Fra ubevidste behov

## Fra forskellig opfattelse af situationen

Vi stiller neutrale spørgsmål og lytter aktivt

- Hvad er dine personlige succeskriterier?  
•Hvem...?
- Hvad lægger I vægt på i et samarbejde?  
•Hvornår...?
- Hvilke udfordringer står I overfor i øjeblikket?  
•Hvor...

Vi åbner op for information for at få **indtryk** af kundens situation



## Værktøj – floskel, fordel og forståelse

Det moderne menneske modtager på blot en måned flere informationer, end et menneske gjorde i et helt liv, for 100 år siden

- Alt for ofte bombarderes kunder med ord og sætninger, som
  - Vi har god kvalitet
  - God service
  - Landsdækkende service
  - Telefon back-up
  - Etc.
- På denne måde "nå" - programmerer vi personen, og han eller hun oplever *ikke* forskellen på os og vores konkurrenter
- Hvem, skal kunden snart tro på ? – vi kender sætningen. "Det er klart du siger det – du sælger det jo!"
- Vi siger hvad vi plejer – kunden reagerer som han plejer
- Det er vores ansvar på troværdig vis at "oversætte" vores mange egenskaber til fordele som kunden kan forstå
- Du kan bryde modtagernes vanemanuskript ved at arbejde ud fra følgende struktur:

Floskel ved os      →      Fordel for kunden      →      Forståelse hos kunden

Landsdækkende service	Hurtig service af lokale medarbejdere	Maksimal "opetid"

- For at sikre en god videre dialog, og for at vurdere kundens interesse i "forståelse" kan du med fordel runde "oversættelsen" af med et spørgsmål
- Afslut med et styrende eller neutralt spørgsmål – eksempelvis:

- a)
- b)





---

## Vaner der påvirker salget i vores virksomhed

---

•Vi **har** i dag følgende, værdifulde salgsrettede vaner:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

- og igennem disse har vi i dag et stabilt salg, gensalg, og gode salgsresultater.

Dette viser sig bl.a. i følgende situationer, handlinger og resultater:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



---

## Vaner der påvirker salget i vores virksomhed

---

Vi **ønsker** følgende værdifulde salgsrettede vaner:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

- og igennem disse opnår vi et endnu mere stabilt salg, gensalg, samt konstante og stigende salgsresultater.

Dette vil bl.a. vise sig igennem i følgende situationer, handlinger og resultater::

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



---

## Vaner der påvirker salget i vores virksomhed

---

•Vi vil **reducere/fjerne** følgende begrænsende vaner der påvirker salget negativt i vores virksomhed:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 

- og igennem reduceringen af disse opnår vi et endnu mere stabilt salg, gensalg, samt mere konstante og stigende salgsresultater.

Dette vil bl.a. vise sig igennem i følgende situationer og handlinger:

- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
- 
-



---

---

Vanebryderplan for:

---

---

7 timer

Begynde/stoppe med  
at *tænke*:

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

Begynde/stoppe med  
at *føle* (mig):

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

Begynde/stoppe med  
*fysisk* at gøre (handling):

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

7 dage

Begynde/stoppe med  
at *tænke*:

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

Begynde/stoppe med  
at *føle* (mig):

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

Begynde/stoppe med  
*fysisk* at gøre (handling):

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

30 dage

Begynde/stoppe med  
at *tænke*:

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

Begynde/stoppe med  
at *føle* (mig):

- 
- 
- 
- 

Udbytte:

Begynde/stoppe med  
*fysisk* at gøre (handling):

- 
- 
- 
- 

Udbytte: