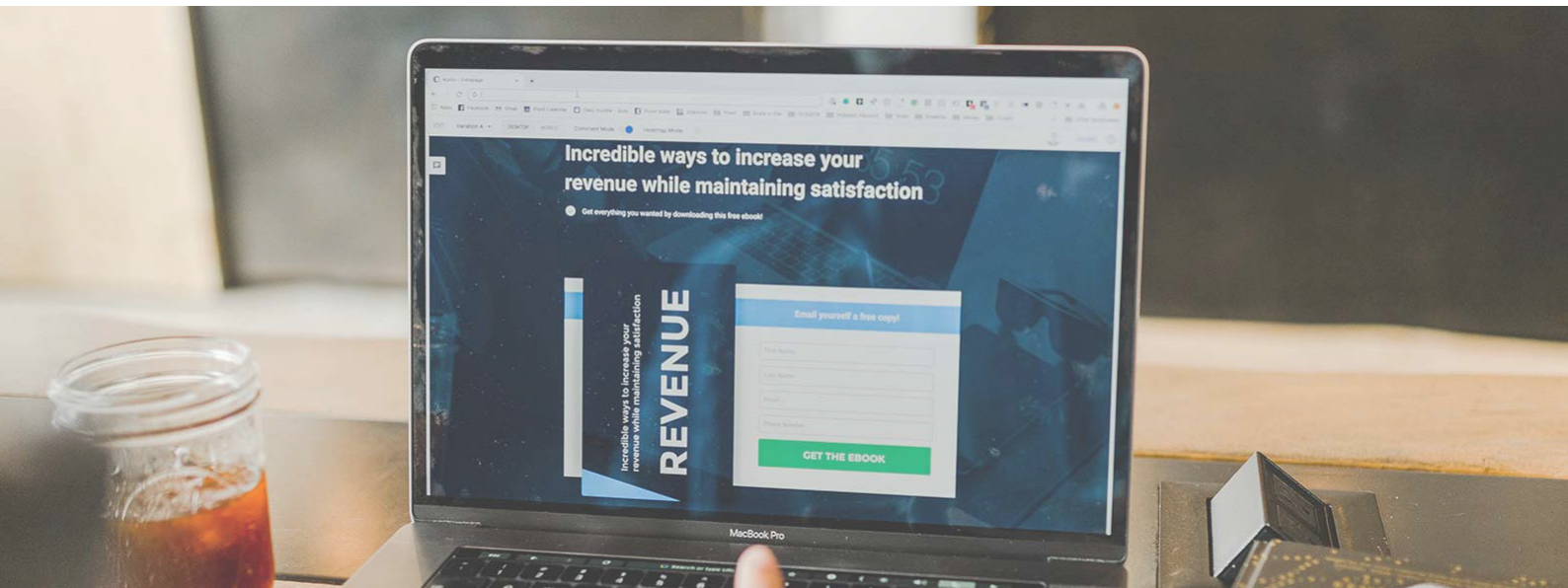


Workshop

Modern prospektering



Innehåll

1. Kunden får karta och kompass för att gå från nuläge till önskat läge

Structsales workshops syftar till att förflytta er mot ett önskat läge. Under träffen fokuserar vi på ett specifikt område hos dig som är i blickfånget nu och som är en nyckel till vidareutveckling och resan mot det önskade läget. Det kan vara isolerade områden inom marknadsföring eller försäljning, eller gemensamma workshops där båda områdena deltar. I Structsales workshops ingår en halvdag på plats hos er, men i leveransen ingår alltid även följande:

- Uppstartssamtal med er innan genomförande av workshoppen
- Planering, genomförande och facilitering av workshoppen
- Uppföljningsmöte med summering och presentation av rekommendationer för att kunna ta nästa utvecklingssteg

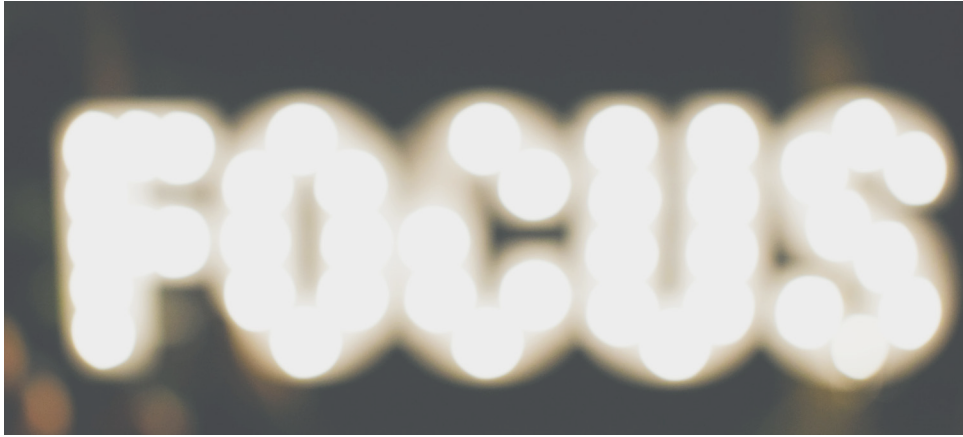


2. Rekommendationer för vidare utveckling inom området sälj och marknad

Det direkta resultat som kunden kan förvänta sig efter en genomförd workshop med Structsales är en rekommendation på 2–3 möjliga nästa steg, för att ytterligare kunna utvecklas inom området. Utfallet, att gå ifrån nuläge till önskat läget, kommer att dokumenteras av Structsales och presenteras under ett avslutningsmöte hos er. Detta sker inom 1–2 veckor efter genomförd workshop.

3. Insikter - en inblick i framtidens modell för marknadsföring, försäljning och leverans

En workshop blir en isolerad insats och vi ger er insikter i hur ni kan fortsätta resan. Som den ledande leverantören av modellen för Sales Enablement i norden, får våra kunder en försmak av hur en implementation av hela Sales Enablement-modellen skulle kunna se ut genom våra workshops. De flesta kunder väljer sedan att jobba vidare med modellen, antingen tillsammans med Structsales eller på egen hand.



Så här genomförs vår workshop i modern prospektering

Före workshopen

Structsales ansvar:

Tillsammans med er förbereder Structsales workshopen kring prospektering och försäljningsprocessen genom en telefonavstämning av detta upplägg. Syftet är att båda parter ska ha samsyn kring upplägget samt det förväntade resultatet.

Kundens ansvar:

Följande underlag behöver vi på Structsales få av kunden innan workshopen:

- Hur ser er målgrupp ut idag och hur når ni dessa potentiella kunder?
- Vilka verktyg och modeller används i dagsläget som stöd för prospektering?
- Finns befintliga manus/samtalspitch/prospekteringsmail?

Minst en vecka innan workshopen genomförs behöver Structsales ha detta underlag, för att vi ska kunna förbereda oss på ett bra sätt.

Kunden förväntas även att förse Structsales med en lista på deltagare som kommer att delta under workshopen. Structsales kommer att ge er rekommendationer på vilka som bör delta för att resultatet ska bli så bra som möjligt.

Kunden utser även en projektledare/kontaktperson som är ansvarig. Detta är viktigt för att hålla kommunikationsvägar smidiga, för att förberedelse, genomförande samt uppföljning ska flyta på så bra som möjligt. Det ligger även på kundens ansvar att innan workshopgenomförandet lyfta frågeställningar för att klargöra eventuella oklarheter. I samband med att workshopen levereras, kommer vi inte att ändra ramarna för innehållet – om det önskemålet uppstår, sker denna förändring mot en extra investering.

För att genomförandet ska bli så optimalt som möjligt, ligger ansvaret på dig att komma förberedd till workshopen med följande:

- Vara förberedda och ha införstådda deltagare som har tagit del av detta upplägg
- Intern dokumentation som är relevant för workshopen
- Tidigare erfarenheter och exempel som är relevanta för denna workshop
- Konferensrum med projektor, samt whiteboard



Summering av förberedelser inför workshopen:

- Telefonavstämning (Structsales bokar och genomför)
- Dokumentation över befintliga processer inom sälj och marknad samt definition på leads (ni skickar underlaget till Structsales)
- Lista på deltagare från er (kunden skickar namn till Structsales)
- Utpekad projektledare från er (kunden skickar namn till Structsales)

Under workshopen

Structsales ansvar:

Följande delar kommer att arbetas igenom under workshopen och arbetet leds av Structsales, men med input från er:

#1 Kundresan har förändrats och så påverkar det oss säljare

Hur har kundresan förändrats de senaste åren och hur påverkar detta oss som säljare? Vi vet att kunderna är mer pålästa idag. Genom att kunna googla både er som bolag och dig som säljare är kunderna mer förberedda och pålästa innan vi kommer i kontakt med dem. De har ofta koll på olika lösningar utan att vi behöver pitcha detta för dem. Den pitch som funkade för några år sedan är inte längre relevant. Så hur ska vi bete oss i den nya kundresan för att fortsätta vara relevant och skapa värde?

Vi går igenom kundresan och bryter ner den i separata steg:

- Hur tänker din potentiella kund i de olika faserna av köpresan?
- På vilket sätt kan vi som säljare skapa relevans tidigt i denna resa?

#2 Modern prospektering

Hur prospekterar vi smartast i dagens digitala värld? Vilka kanaler finns tillgängliga? Hur kan marknad och sälj jobba tillsammans för att hitta kunder och väcka intresse som leder till möten och affärsmöjligheter? Vi kommer bland annat att titta på följande:

- En modell för prospektering som kombinerar telefon, mail och sociala medier för bästa räckvidd och resultat.
- En metodik som säkerställer att inga kunddialoger faller mellan stolarna. Hur ser vi till att vi har tillräckligt många "touch points" med våra potentiella kunder för att förbli relevanta genom deras resa, men utan att upplevas som "pushiga".
- Vi tittar tillsammans på hur en enkel pitch skulle kunna se ut och hur denna kan användas för att nå prospekts tidigare i säljprocessen.

#3 Verktyg som stöd i din säljprocess

De företag som lyckas bäst med sin prospektering ser till att använda de verktyg som finns tillgängliga i vår digitala värld.

Vi kommer att titta på följande verktyg tillsammans och anpassa en process som fungerar bäst för just er verksamhet:

- LinkedIn Sales Navigator
- E-post
- Personliga landningssidor med kalender för mötesbokning
- Sekvenser i HubSpot för automatisering
- Videoprospektering för ökad räckvidd

#4 Samtalsmanus

Oavsett vilka verktyg som används, eller vilken metodik som appliceras, så är det alltid innehållet som gör skillnad. Att kommunicera relevant och intresseväckande innehåll när vi väl kommer i kontakt med kunden är nyckeln till framgångsrik prospektering.

I denna del går vi bland annat igenom följande:

- Hur ser samtalsmanusen ut? Vad kommunicerar vi idag?
- Hur kopplar vi ett upplevt kundvärde till det vi säger i telefon eller i mail?
- Hur kan vi ändra vårt budskap från att handla om oss själva till att handla om kunden?

Kunden's ansvar:

Kunden förväntas delta aktivt under workshopen utan avbrott, om inte dessa informerats om innan. Kunden roll under workshopen är att vara den bidragande parten i form av idéer och data, som sedan lägger grunden för de mål och beslut som blir utfallet. Struct-sales roll är att moderera samt facilitera workshopen.

Den som sitter inne med mest kunskap om ämnet, utifrån kunden är företaget självt. Den kunskap och erfarenhet som Structsales

bidrar med är bransch- och domänrelaterad. Som facilitator kommer Structsales att dra nytta av liknande uppdrag och på så vis lägga till ett ytterligare filter på den kunskap och erfarenhet som Kunden redan besitter. Målet är att lägga ett gemensamt pussel med kunden, för att landa i en dokumentation med rekommendationer på nästa steg som leder er mot önskat läge.



Efter workshopen

Structsales ansvar:

När workshopen sälj och marknad är genomförd kommer Structsales att sammanfatta utfallet i en summering som presenteras för er innan leveransen anses som klar. I detta dokument kommer ingångsvärden, diskussionshöjdpunkter samt en summering med rekommendationer att presenteras.

Kundens ansvar:

Kunden ansvarar för att avsätta tid för ett uppföljnings/summeringsmöte med Structsales för genomgång samt summering av Workshopen ”Sälj och marknad”.

Under detta möte kommer representanter från Structsales att gå igenom resultatet och rekommendera ett antal möjliga nästa steg för kunden att ta som ett direkt resultat av utfallet från Workshopen ”Sälj och marknad”.

Förena sälj och marknad. Skapa mer affärer än någonsin.

Genom människor, processer och system.
Så att ni kan göra mer med mindre.
Vi kallar det Sales Enablement.



Hej!

Vi på Structsales drivs av en enda sak i allt vi gör
– affärsvärde för varje investerad krona.

Varför? Enkelt.

För att våra kunder ska kunna göra mer med mindre. Det är vår passion och vårt löfte till dig som kund. Vi är bäst på att förena sälj och marknad till ett gemensamt team med målet att skapa mer affärer än någonsin.

Besök oss även på:
www.structsales.se

Nyfiken på mer?

[Till bloggen](#)