

## ÖVNING – Frågemetodik enbart frågetyper

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

### INSTRUKTION

Syftet med den här övningen är att ni skall öva på de olika frågetyperna två och två.

En person är Säljare och den andra Kund. Byt roller efter varje runda.

Är ni ensamma får ni agera båda rollerna.

Om ni fastnar på en frågetyp så gå vidare till nästa, det blir enklare och enklare efter varje runda.

I den här övningen fokuserar vi på frågetyperna och följer inte säljprocessens alla steg.

Frågorna kommer dock i den ordningen de oftast gör i en säljprocess.

Säljaren ställer frågor enligt mallen nedan och noterar svaret.

Både Säljare och Kund har ett exemplar av mallen, och följer instruktionerna.

Svårighetsgraden för den här övningen skall vara Låg.

Kunden svarar därför enkelt och sakligt, och kommer inte med invändningar, förutom under två avsnitt där ni övar på Prövningsfrågor och Provokativa frågor.

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

## LATHUND FRÅGETYPER

### DIREKT FRÅGA

När säljaren vill ha ett direkt svar av kunden. Exempelvis: Hur mycket betalar du idag för toners till skrivaren?

### KONSEKVENSRÅGOR

När säljaren vill öka medvetenheten om vilken konsekvens ett visst beslut får.

Exempel: Vad får det för konsekvenser för verksamheten om ni aldrig utvärderar och jämför leverantörer?

### BERÄTTARFRÅGOR

Används när säljaren vill samla in mycket information, används ofta i början av behovsanalysen.

Exempel: Kan du berätta lite om vilka produktkategorier ni säljer bäst av idag?

### FÖLJDFRÅGOR

För att få reda på "hela sanningen" måste säljaren ställa många följdfrågor under behovsanalysen.

Exempel: Vad är anledningen till att ni inte valt att satsa på mer miljövänliga produkter?

### LEDANDE FRÅGOR

Mycket effektiv frågetyp som används för att leda samtalet och senare beslut i en viss riktning.

Används ofta efter en inledande dialog och påståenden som förstärker riktningen.

Exempel: Lönsamheten är ju viktig för alla företag. – Hur viktig är lönsamheten för er?

### PRÖVNINGSFRÅGOR

Används när säljaren vill att kunden slutar komma med "dumma påståenden", eller för att testa om kunden talar sanning. Om kunden kommer med ogrundade påståenden, slutar kunden oftast med detta, då kunden förstår att säljaren kommer testa sanningshalten i påståendet. Exempel: Jag har redan den bästa leverantören! – Okej, och hur kan du bevisa det?

### PROVOKATIVA FRÅGOR

Har som syfte att provocera fram en annan attityd eller beteendeförändring under mötet. Kan användas för att öka medvetenheten om att kunden sitter fram i ett gammalt tankesätt. Exempel: Vi har alltid gjort så! – Men är inte det ett ganska inskränkande sätt att tänka? – Hur skall ni kunna bli bättre om ni inte utvecklas?

### LÅSNINGSFRÅGOR

Dessa frågor har som syfte att låsa kunden till ett beslut eller en överenskommelse. Används i slutet av en dialog under behovsanalysen när säljaren vill avsluta, få ett delbeslut och sedan gå vidare till nästa område.

Exempel: Om jag lovar att ge dig ett bra pris på en provorder, kan du tänka dig att handla då?

### ALTERNATIVFRÅGOR

Används när säljaren vill styra svaret till några få alternativ. Kan användas vid olika tillfällen när det är svårt att komma vidare i dialogen. Exempel: Om du måste välja, Pris eller Kvalité – vad är viktigast för dig?

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

I början av ett kundmöte vill säljaren bilda sig en övergripande bild av kundens verksamhet, vilka produkter kunden säljer/köper, vad som är viktigt för kunden osv.

**Säljaren - Börja med att ställa några Berättarfrågor.  
Skriv ner kortfattat Vilka frågor du ställer, och kundens Svar**

### BERÄTTARFRÅGOR

<i>Exempel: Berätta om Produkter ... - Reservdelar till Volvo bilar</i>

Efter berättarfrågor ställer säljaren ofta några Direkta frågor för att få mer Detaljerad information.  
**Säljaren – ställ några Direkta frågor baserat på kundens svar på Berättarfrågorna, och notera Frågan och Svaret.**

### DIREKTA FRÅGOR

<i>Exempel: Säljer ni till både privatpersoner och företag? - Ja</i>

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

Följdfrågor kan ställas inom i stort sett alla frågetyper. Följdfrågor är helt enkelt Fler frågor inom samma område. Följdfrågor kan innehålla olika frågetyper. Som exempel kan en Direkt fråga följas av en Konsekvensfråga.

**Exempel:** - Vad är viktigast, pris eller Kvalité? – Kvalité! – Vad får det för konsekvenser?

**Säljaren – ställ några Följdfrågor baserat på de Direkta frågorna och svaren ovan.**

#### FÖLJDFRÅGOR

<i>Exempel: Säljer ni mest i butiken eller i webshoppen till privatkunder?</i>

I den här övningen vill säljaren ställa Alternativfrågor – för att både få konkreta beslut och öka medvetenheten om Vad som är viktigast inom ett visst område.

**Säljaren – ställ några Alternativfrågor baserat på kundens tidigare svar**

#### ALTERNATIVFRÅGOR

<i>Exempel: Om ni måste välja, vad är viktigast, Pris eller Kvalité? Svar - Pris</i>

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

Nu har säljaren fått en hel information, och det är dags att böja styra samtalet mot ett visst mål. Säljaren skall innan mötet ha en Strategi och ett Mål.

**Säljaren – besluta dig för Vad du vill styra samtalet och fokus mot.**

*Exempel: Lågt pris, Hög kvalitet, Brett sortiment, Säkerhet, Trygghet .....*

**Säljaren, fyll i – Jag skall styra mot :** \_\_\_\_\_

**Säljaren: ställ Konsekvensfrågor som styr mot målet**

### KONSEKVENSRÅGOR

<i>Exempel: Vad får det för konsekvenser om ni bara köper produkter med lågt pris och låg kvalitet?</i>

Nu när Medvetenheten ökat fortsätter säljaren Styra mot sitt mål genom att ställa Ledande frågor. Ledande frågor skall vara utformade så att kundens Enklaste/Naturligaste svar blir det Ni vill.

**Säljaren – ställ ledande frågor baserat på det Mål ni satt upp, samt Konsekvensfrågorna**

**Kunden – eftersom vi även skall öva på Prövningsfrågor och Provokativa frågor så svara med Invändning/Motstånd på någon av frågorna.**

### LEDANDE FRÅGOR

<i>Exempel: - Tror du inte att kunderna skulle uppskatta en högre kvalitet?</i>
<i>Exempel motstånd/invändning: - Nej jag tror priset är viktigast!</i>

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

Eftersom säljaren mött på ett visst motstånd med invändningar som inte är logiska, vill säljaren Pröva påståendet med Prövningsfrågor.

**Säljaren – ställ några Prövningsfrågor baserat på tidigare dialog/motstånd/invändningar.**

**Kunden – fortsatt kom med invändningar, så säljaren kan även öva på Provokativa frågor.**

### PRÖVNINGSFRÅGOR

<i>Exempel: Hur har ni kommit fram till att kunderna föredrar Låg kvalitet framför Hög kvalitet?</i>

I den här övningen så fortsätter kunden att komma med "dumma och ologiska svar", och säljaren känner att det enda sätter att komma vidare är att provocera kunden lite. Säljaren ställer därför någon/några Provokativa frågor, som styr mot det Mål säljaren satt upp. Tänk på att i verkligheten används Provokativa frågor sällan, och bara vid väl utvalda tillfällen.

**Säljaren – ställ några Provokativa frågor baserat på tidigare dialog/motstånd/invändningar.**

**Kunden – Nu inser kunden att det inte fungerar med att komma med dumma svar, och slutar med det beteendet.**

### PROVOKATIVA FRÅGOR

<i>Exempel: - Så om jag frågar de som arbetar med att bygga upp ert Varumärke – så håller de med om att ni skall sälja billiga produkter av låg kvalitet, så ni får missnöjda kunder?</i>

Kursdeltagare namn: \_\_\_\_\_

När en dialog kring ett visst område börjar närma sig ett beslut, ställer säljaren en eller flera Låsningsfrågor. Säljaren summerar kundens behov av produkter & tjänster, och ställer lämpliga låsningsfrågor. Titta inte så mycket på Prövningsfrågor och Provokativa frågor, utan på vad kunden nämnt tidigare under behovsanalysen.

**Säljaren – Notera nedan vad som kommit fram under behovsanalysen**

**Kunden köper följande produkt/tjänst:** \_\_\_\_\_

**För kunden är följande viktigt:** \_\_\_\_\_  
*pris, kvalitet leveranser, säkerhet etc ...*

**Säljaren – ställ några Låsningsfrågor baserat på Vad kunden vill köpa, och vad som är Viktigt**

**Kunden – kunden svarar "ja" på samtliga låsningsfrågor.**

### LÅSNINGSFRÅGOR

*Exempel: Vi är överens om att Kvalité är viktigt för ert Varumärke, och att ni idag saknar ett sortiment av kvalitetsprodukter. - Om jag kan erbjuda ett bra sortiment av kvalitetsprodukter, är ni villiga att ta in det i sortimentet då?*


### SLUT PÅ ÖVNINGEN

#### NOTERING

Vad var svårast? Vad skall du tänka på till nästa gång?


Byt roller och öva igen.