

ÖVNING – Frågemetodik

Kursdeltagare namn: _____

INSTRUKTION

Syftet med den här övningen är att ni skall bli bättre på att identifiera frågor baserat på frågemetodik som är relevanta för just Er roll och bransch, och som ni senare kan använda i ert dagliga arbete.

De olika frågor och frågetyper som fungerar bäst för er, kan ni ha med er i er lathund (kundbesöks mall) så att ni lättare kommer ihåg att använda dessa under kundbesöket.

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?

FÖLJFRÅGOR

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: _____

Skriv ner några frågor för varje frågetyp som är relevanta i ert arbete

DIREKT FRÅGA

KONSEKVENSRÅGOR

BERÄTTARFRÅGOR

Kursdeltagare namn: _____

Skriv ner några frågor för varje frågetyp som är relevanta i ert arbete

FÖLJFRÅGOR

LEDANDE FRÅGOR

PRÖVNINGSFRÅGOR

Kursdeltagare namn: _____

Skriv ner några frågor för varje frågetyp som är relevanta i ert arbete

PROVOKATIVA FRÅGOR

LÅSNINGSFRÅGOR

ALTERNATIVFRÅGOR

Slut

