

# ÖVNING – Förplanering och Taktik i CRM

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

## INSTRUKTION

Uppgiften är att fylla i olika områden i ett fiktivt CRM system.

Scenariot är att ni ringt en storkund för att boka in ett kundbesök.

Under det samtalet fick ni grundläggande information för er Förplanering och Taktik (de första stegen i säljprocessen)

*Under den här övningen får ni ledande frågor och exempel i mallen, något som normalt inte finns i ett CRM*

Syftet med den här övningen är att reflektera över hur ni arbetar med CRM idag, vad som eventuellt saknas, och vad som kan förbättras både gällande system och arbetssätt.

## Under övningen kommer ni arbeta med följande metodik:

1. Under rubriken "Noteringar från besöksbokningen" får ni fakta/svar/information
2. Ni analyserar innebörden av fakta/svaren/informationen
3. Ni tar fram en strategi/plan och frågor till mötet baserat på er analys

## BAKGRUND

Ni arbetar som KAM för ett IT företag (NOVA IT AB) som säljer både IT Produkter och Tjänster.

Ni skall ta över en STORKUND som inte handlat på ett tag, och den tidigare KAM har inte noterat någonting i CRM, *förutom grundläggande företagsdata.*

Er avsikt är att göra ett bättre arbete och uppdatera CRM med mer information.

Analysera vad som står under "Noteringar från besöksbokning" och fyll i rubrikerna i CRM nedan

## INFORMATION FRÅN BESÖKSBOKNING

Företagsnamn: Kalles BIL AB  
Verksamhet: Återförsäljare av Mercedes, Audi, Volvo och Mitsubishi

Namn: Kalle  
Roll: Ägare / CEO

### Noteringar från besöksbokningen:

Kalle verkade inte helt nöjd, och lite ovillig till mötet  
Kalles Bil har inte handlat på ett tag, men vill inte säga varför  
Kalle är annars rak på sak, och inte överdrivet pratsam  
Kalle vill ha med sin IT ansvarig på mötet också  
Mötetiden blev bara 30minuter, fast önskvärt hade varit 60 till 90minuter

### RUBRIKER I CRM SYSTEMET ATT FYLLA I

Färg/personlighet: \_\_\_\_\_

Nuvarande status: (hur nöjd kunden är) \_\_\_\_\_

Handlade senast: \_\_\_\_\_

### Analys

Fundera på följande frågeställningar:

- Varför verkade Kalle inte helt nöjd?
- Hur skall ni få reda på den Verkliga orsaken?
- Varför ville inte Kalle ha mötet?
- Varför ville inte Kalle berätta rakt ut Varför man inte handlat på ett tag?
- Varför vill Kalle ha med IT ansvarig på mötet?
- Varför fick KAM bara ett 30 minuters möte?

Skriv ner kortfattat i punktform vad er ANALYS är:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Strategi

Baserat på er analys ovan, av fakta nedan, vad är er STRATEGI för kunden?

- *Varför verkade Kalle inte helt nöjd?*
- *Hur skall ni få reda på den Verkliga orsaken?*
- *Varför ville inte Kalle ha mötet?*
- *Varför ville inte Kalle berätta rakt ut Varför man inte handlat på ett tag?*
- *Varför vill Kalle ha med IT ansvarig på mötet?*
- *Varför fick KAM bara ett 30 minuters möte?*

**Skriv ner kortfattat i punktform vad er STRATEGI är:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Plan

Fundera på följande frågeställningar gällande er Plan för mötet:

- *Vad är PRIO1 att uppnå under mötet?*
- *Vad är PRIO2 att uppnå under mötet?*
- *Vad är PRIO3 att uppnå under mötet?*
- *Vad bör ni prioriterade med tanke på den korta tid ni har?*
- *Vad kan ni göra mer INNAN mötet?*
- *Vad kan ni göra EFTER mötet?*

**Skriv ner kortfattat i punktform vad er PLAN för mötet är:**

---

---

---

---

---

---

---

---

### Frågor

Vilka frågor bör ni ställa på kundmötet?

---

---

---

---

---

---

---

### Argument

Vilka argument bör ni framföra på kundmötet?

---

---

---

---

---

---

---

### Övrigt

Personliga noteringar från övningen (*vad kan förbättras, vad skall man tänka på, vad är viktigt etc.*)

Valfritt att fylla i.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

*Slut på övningen*