eXpiro

GRATIS MANUS · B2B-SALG

Møtebooking-manuset + de 5 oppfølgings-mailene

Tre manus som booker møtet (telefon, e-post, LinkedIn) og det oppfølgingsløpet som henter salgene de fleste glemmer. Ord for ord. Klart til å brukes i dag.



Ole-Arvid Liodden
26 år med B2B-salg · 10 000+ selgere trent · expiro.no

FØR DU RINGER

Regelen som gjør at manusene virker

Jeg får spørsmål om maler for møtebooking hver eneste uke. Og jeg skjønner det. Når du skal ringe tjue stykker, vil du ha noe å holde i.

Men her er problemet med de fleste malene jeg ser: de er skrevet som e-poster, og så prøver folk å si dem høyt. Det høres ut som en som leser. Og kunden hører det på første setning.

> «Det eneste du selger i en bookingsamtale, er neste steg. Ikke løsningen. Ikke prisen. Tretti minutter i en kalender.»

Selg møtet, ikke produktet

Den vanligste feilen i møtebooking er å begynne å selge løsningen i telefonen. Da får kunden alt hun trenger for å si nei, uten at hun har sett noe.

Det du skal gjøre er det motsatte. Gi henne akkurat nok til å bli nysgjerrig, og så be om tretti minutter. Alt annet tar du i møtet.

Alle tre manusene er bygget på det. Én setning om hvem du er, én om hvorfor du kontakter akkurat henne, ett spørsmål om tid.

Bruk dette slik: bytt ut klammene [ ] med dine egne ord. Les manuset høyt tre ganger. Så legger du det bort og ringer. Etter tjue samtaler er det ditt.

MANUS 1

Telefonen: tre linjer

Telefonmanuset du kan si uten å lese.

1. **«Hei, det er [fornavn] fra [firma]. Passer det dårlig nå, eller har du to minutter?»**

   Du gir henne kontroll. De fleste sier «to minutter er greit». Og nå har du lov.

2. **«Jeg ringer fordi jeg jobber med [bransje/type selskap] som [det konkrete problemet], og jeg så at dere [noe du faktisk har sett].»**

   Ankeret. Beviset på at dette ikke er en liste. Uten det er du en telefonselger.

3. **«Jeg vet ikke om det er aktuelt for dere, men det er verdt en halvtime å finne det ut. Passer tirsdag eller torsdag best?»**

   Lav terskel, to konkrete valg, og du har sagt høyt at det kanskje ikke passer. Det senker skuldrene.

Legg merke til at det ikke står noe om hva du leverer. Det er med vilje. Spør hun, svarer du kort og går tilbake til tiden.

Når hun spør «hva gjelder det egentlig?»

Dette er stedet de fleste faller. De begynner å forklare. Ikke gjør det. Svar kort, ærlig og gå tilbake til møtet:

> «Helt konkret: jeg ser at selskaper som dere ofte sliter med [problemet]. Jeg vet ikke om dere gjør det. Det er det vi finner ut på en halvtime. Og er svaret nei, har vi begge spart tid.»

Det er ikke et triks. Det er sant. Og kunder hører forskjellen på sant og innøvd.

MANUS 2

E-posten: fem linjer

E-posten skal kunne leses på mobil på vei inn i et møte. Fem linjer, ingen vedlegg, ingen lenke til nettsiden.

LINJE	INNHOLD	EKSEMPEL
Emnefelt	Fire ord, små bokstaver, intern tone	møtebooking i [firma]?
1	Hvorfor akkurat henne	Så at dere utvider teamet i Bergen - gratulerer.
2	Hva du ser hos lignende selskaper	Når teamet vokser, pleier antall kundemøter per selger å gå ned det første halvåret.
3	Hva du gjør, i én setning	Jeg hjelper selskaper som dere med å holde møtetakten oppe mens dere vokser.
4	Spørsmålet	Verdt en halvtime for å se om det er relevant? Tirsdag eller torsdag?
5	Signatur	Navn, telefon. Ikke mer.

Ingen «jeg håper dette finner deg vel». Ingen «ikke nøl med å ta kontakt». Hun skal kunne svare «torsdag» med én tommel.

MANUS 3

LinkedIn: to linjer

LinkedIn-meldingen er kortest, fordi den leses mellom to andre ting. Og fordi lange meldinger fra folk du ikke kjenner, er det som leses minst.

> «Hei [fornavn] - så posten din om [tema]. Helt enig i det med [detalj]. Jeg jobber med akkurat det hos [type selskap], tar gjerne en kaffe digitalt om det er interessant - ellers bare hyggelig å være koblet her.»

Siste halvdel er viktig. Du gir henne en vei ut som ikke er et nei. Da svarer flere ja.

ETTER MØTET

De 5 oppfølgingsmailene

Nesten halvparten av selgere følger aldri opp et lead etter første kontakt. Av de som gjør det, gir de fleste seg etter én gang. Samtidig skjer de fleste salg etter flere kontaktpunkter. Det ligger salg og venter i innboksen din, i tråder du har sluttet å svare i.

> «En oppfølging uten noe nytt er mas. En oppfølging med noe nytt er hjelp. Forskjellen er én setning.»

Regelen: gi noe nytt hver gang

«Hei, jeg ville bare følge opp.» Det er den vanligste oppfølgingsmailen i Norge, og den er helt tom. Den sier: jeg har ikke noe å si, men jeg vil at du skal svare.

Hver oppfølging skal ha én ting kunden ikke hadde fra før. En tanke fra møtet. Et tall. En erfaring fra en lignende bedrift. Et spørsmål hun ikke har tenkt på. Da er du ikke en som purrer. Du er en som fortsetter samtalen.

Timing: når sender du hva?

MAIL	NÅR	TONE
1. Referatet	Samme dag, helst innen to timer	Konkret, kort, hennes ord
2. Tanken	2-3 dager etter tilbudet	Raus, ingen forventning
3. Spørsmålet	7 dager uten svar	Nysgjerrig, ett spørsmål
4. Datoen	Når kunden sier «senere»	Rolig, tar henne på ordet
5. Døra	3-4 uker uten livstegn	Varm, uten press

Fem kontaktpunkter over en måned. Det er ikke mas. Det er en som bryr seg om at saken blir løst.

OPPFØLGINGSLØPET

De fem mailene, ord for ord

1 Samme dag som møtet: referatet

«Takk for møtet i dag. Slik jeg hørte det: dere trenger [det hun sa]. Vi ble enige om [X]. Neste steg: [hva] innen [dato].»

Tre linjer. Det kunden selv sa, med hennes ord. Dette er mailen som skiller deg fra alle andre.

2 To-tre dager etter tilbudet: tanken

«Jeg tenkte på det du sa om [X]. Hos et annet selskap i samme situasjon løste vi det ved å [Y]. Kan være relevant for dere.»

Ingen spørsmål om tilbudet. Bare verdi.

3 En uke uten svar: spørsmålet

«Hva er det viktigste dere diskuterer internt akkurat nå?»

Ett spørsmål som åpner for den ekte innvendingen. Her får du ofte vite hva som egentlig stopper.

4 Når det ble «senere»: datoen

«Skjønner at det ikke er nå. Skal jeg sette en påminnelse til [konkret måned], eller er det noe som må skje først?»

Du tar «senere» på alvor og gjør det til en dato.

5 Den siste: døra

«Jeg skal ikke mase mer om dette. Hvis det blir aktuelt, vet du hvor jeg er. Og uansett: lykke til med [det de holder på med].»

Denne får overraskende mange svar. Fordi den gir kunden en vei ut, og folk vil ikke gå.

TRE TING DU ALDRI SKRIVER

Og én ting du gjør i dag

- × **«Jeg ville bare følge opp.»**
  Du vet hvorfor.
- × **«Har du hatt tid til å se på tilbudet?»**
  Det gjør kunden til en som ikke har gjort leksa si. Ingen liker å svare på det.
- × **«Jeg har sendt deg to mailer uten svar.»**
  Det skaper null goodwill. Hun vet det. Gå rett på saken i stedet.

Det beste med et oppfølgingsløp er at du slipper å tenke. Møtet er over, du vet hva som skal sendes når. Energien din går til innholdet, ikke til å lure på om du maser.

Oppgaven i dag

Manuset:

ta telefonmanuset på side 2, bytt ut klammene med dine ord, og ring tre stykker i dag. Ikke tjue. Tre.

Oppfølgingen:

åpne innboksen. Finn tre tråder der du har siste ord og det har gått over en uke. Send mail nummer 3 til alle tre. Ett spørsmål, ingen purring. Minst én svarer.

Manusene er starten, ikke målet. Etter tjue samtaler har du gjort dem til dine egne. Etter femti sier du dem uten å tenke.

NESTE STEG

Hva ville skjedd om hele teamet booket som den beste hos dere ❓

Dette manuset er det samme jeg trener salgsteam i hver uke, hos alt fra gründerselskap til DNB og Skanska. Forskjellen på å lese det og å trene det, er kalenderen om tre uker.

Vil du se hva som er mulig for teamet ditt? Book 30 minutter. Du forteller hvor dere står, jeg sier ærlig hva jeg ser, og du går derfra med en konkret plan. Uansett om vi jobber sammen etterpå eller ikke.

Book 30 minutter med Ole-Arvid →

expiro.no/book · Hver mandag sender jeg ett salgsgrep på e-post. Du står allerede på lista.

Flere manus og maler, gratis:
Kald e-post som får svar: strukturen på fem linjer
Kald telefon: de første 15 sekundene som avgjør samtalen
Effektiv møtebooking: ukesplanen som gir 5 møter i uka
Oppfølging etter tilbud: hva du gjør når kunden ikke svarer



Ole-Arvid Liodden
Salgstrener og salgscoach · Expiro AS · 902 48 380 · oal@expiro.no
LinkedIn · expiro.no · Selgerpodden