

De 4 trin | Få succes med din GAP Assessment

Trin 1 | Sådan pitcher du din GAP Assessment!

Det er afgørende at have et stærkt pitch, når du skal sælge idéen om at involvere og gennemføre en GAP Assessment. Vi har den erfaring, der virker, og den deler vi med dig i vores guide. Din pitch kan ikke stå alene, den skal støttes op med en god præsentation, visuelle virkemidler, samt en god fortælling. Lær det, gør det til en del af din rutine, Vores pitch er også designet til at sikre en forpligtelse fra kundeemnets/kundens side.

Så får du dit "JA"

1 Pitch

Trin 3 | Sådan får du flest mulige til at besvare din GAP Assessment!

Vi ved igen, hvad der virker i at sikre høj deltagelse.

I denne guide får du klare retningslinjer for, hvem der informerer deltagerne om GAP Assessment'en, og at alle forventes at deltage. Guiden indeholder konkrete beskeder og mails, som du nemt kan copy/paste, tilpasse og sende, samt en enkel opfølgningstilgang.

Det sikrer dig en garanteret høj deltagelse, tæt på 100%.

3 Få flere med

2 Opbyg præsentationen

Trin 2 | Sådan opbygger du din præsentation der understøtter din pitch!

Fortællingen er afgørende. Vores guide fokuserer på hvordan du opbygger din præsentation, samt de forskellige virkemidler du kan bruge for at styrke formidlingen af dit budskab. Sammen med din pitch kommer du til at stå stærkt!

4 Præsenter business casen

Trin 4 | Sådan opbygger du en stærk business case og præsentere den!

Hele 84% af køberne vurderer, at sælgere ikke er gode til at opbygge og præsentere en stærk business case, hvilket er tæt forbundet med et markant fald i deres win-rate (Rain Group). Vores business case guide er designet til at fremhæve nøgleområder, der kan skabe værdi, og tilbyder to tilgange:

1. Den fulde løsning, der kræver større engagement
2. Hurtige gevinster for at komme hurtigt og godt fra start.

Kunden skal føle at valget står mellem de 2 muligheder.

Du vinder uanset hvad kunden vælger.