



ROGER ELVERSKOG

e-marknadsföring AB

## Idéförsäljning och kreativitet

(del 2 av 3)

En bra idé till en annonsör säljer! När mediasäljaren ska mixa flera kanaler ställs högre krav på en bärande idé som fungerar kanaloberoende.

Kursen lär ut en metod där säljarna i korta möten på max 12 minuter tar fram och förädlar idéer – systematiserad kreativitet.

Syftet är att visa och öva systematiserad kreativitet. Syftet är också att visa att alla, såväl mycket kreativa som mindre kreativa har en roll i den kreativa processen. Målet är att säljarna ska börja använda korta, interna möten för att ta fram bra idéer på annonslösningar, aktiviteter och budskap i syfte att öka medieinvesteringen och bli viktigare för kunden.



- Hur bra idéer ökar försäljningen
- Vad ska man tänka på i idéförsäljning?
- Hur funkar ett kreativt möte?
- Generella övningar för att öva kreativt tänkande
- Den kreativa gruppen, sammansättning, brief, ansvar.
- SKATT metod för kreativitet. 8-12 minuters sessioner.
- Övningar varav en skarp kund där resultatet ska prövas och redovisas.

Tidsåtgång: 3,5 timmar med pauser. Minst 5 deltagare, max 20. Utbildning av hela gruppen på förmiddagen, coaching av säljare och säljledare på eftermiddagen på avdelningen.

Utbildningen blir effektivast om den hålls per tidningstitel eller försäljningsorganisation. Förarbete tillsammans med närmaste säljledaren för att fånga upp lokala behov.