

# FÖRSÄLJNING

## Grunden i sunt företagande

Många har svårt att identifiera sig i rollen som säljare, men vi på Drivhuset vill avdramatisera detta och visa på att försäljning inte är något magiskt eller konstigt. Inom försäljning finns inget rätt eller fel. Här kommer några tips och idéer som kan vara till hjälp på vägen mot framgångsrik och kul försäljning!

## Sälj - definition

Det finns tre typer av människor; de som älskar att sälja, det som avskyr att sälja och alla vi mittemellan. Först måste vi bara ställa oss frågan: Vem är säljare? Alla med kundkontakt är säljare. Som småföretagare är man i allra högsta grad säljare, liksom VD, ekonomichef etc. Den traditionella bilden av en säljare är ofta att han eller hon måste vara en självsäker pratkvarn som argumenterar för en vara som man vill påtvinga kunden. Istället bör man betrakta säljarrollen utifrån den egna personligheten, de egna målen, kundens personlighet och kundens behov. Då blir det kul att sälja!

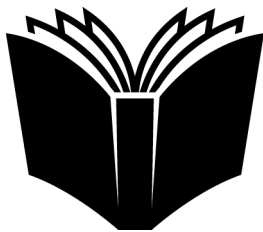
Ja, vad är det egentligen som man säljer? Frågan är befogad, då det inte alltid är solklart vad man vill nå med sin försäljning. Det enklaste är ju att svara på om det är en tjänst eller produkt? Kanske då lite klurigare att svara på om det är sitt varumärke, sina värderingar eller sig själv? Ja, det kan ju vara så att det är allt av ovan nämnda saker. Var noga med VAD det är du vill sälja, kanske lite lättare att sälja en penna där bläcket aldrig tar slut, än att sälja en tjänst där man även vill få med sina värderingar.

Som egenföretagare kan man lätt slukas av sitt engagemang för sin egen tjänst eller produkt. Det är många faktorer som skall läggas rätt för att slutligen tjäna pengar. Det är lätt att glömma av att för att tjäna just pengar behöver man sälja, det kan vara bra att börja sälja redan innan tjänsten/produkten är färdig. Prova på vänner och bekanta, prata med människor i ditt nätverk för att känna av marknaden - det ger dig ett litet försprång innan din "riktiga" försäljning startar.

## Bokning av möte

Ibland kan det ta tre månader att ens våga lyften luren och fråga om den potentiella kunden vill träffas. Det är konstigt, men väldigt vanligt. Vad är egentligen det värsta som kan hända. Jo, att kunden inte kan eller vill. Då får man ringa nästa kund.

Tips: Öva ett par fraser som du är bekväm med och som slutar med: - ... då föreslår jag att vi träffas och ser vilken nytta ni kan ha av detta. Kan du på



## FÖRSÄLJNING

torsdag den 4:e, eller fungerar fredag den 5:e klockan 09:00 bättre.” Då har kunden att ta ställning till NÄR ni skall träffas, inte OM. Smart metod som fungerar ofta. Tänk på att inte avslöja för mycket vid första kontakten. Börja inte sälja din tjänst eller produkt redan då. Syftet med samtalet är att boka ett möte.

Man brukar säga att det krävs ca 10 samtal för att boka in ett möte. Detta är givetvis mycket generellt, men det kan vara en tröst att veta att det kräver tid att boka möten. För att undvika missförstånd är det bra att upprepa tiden en gång till i telefonen: ”Bra, då är jag hos dig fredag den 5:e klockan 09:00.”. Många säljare har den goda vanan att även bekräfta besöket per e-post.

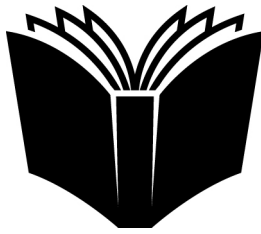
Företag	Tel. nr.	Namn	Position	Möte	Datum	Kommentar
Ab AB	0123-11223344	Anna Janson	Marknadschef	JA	2013-02-14	Jätteintresserad
Cd AB	02-556677	Bertil Calzone	Produktchef	Nej	2013-02-15	Återkom i oktober
Efg AB	0987-334455	Cecilia Lind	VD	Ja	2012-02-14	De behöver verkligen se över försäljningen

### Ringlistor

Att göra ringlistor låter kanske lite överdrivet, men det är något av de viktigaste verktygen för en lyckad försäljning! Vilken marknad vill du nå i din försäljning? Att dela upp listorna i branscher, företag och personer är en bra start. Lokalisera sedan vem/vilken position på företaget som du vill nå, bekräfta att denna person/position har beslutanderätt! Lägg gärna in några företag för mycket, det är både bättre och lättare att stryka företag ifrån listan än att sätta sig och göra om researcharbetet mitt i ditt bokningsrace.

Ett exempel på hur en lista kan läggas upp:

Kom ihåg att det är du själv som gör listan, anpassa den efter vad det är för information som är viktig för dig/ditt företag. Ett bra tips är att använda ett excel-dokument för att lägga upp listan i – här kan man använda sig av olika färgscheman för att visa om kundens intresse, återkoppling, kommentarer m.m.



# FÖRSÄLJNING

## Nätverk

En enkel väg till försäljning går oftast genom ditt egna nätverk, här möter du personer som du sedan tidigare har kontakt med vilket gör det lättare att sälja in din tjänst/produkt. Var inte rädd för att fråga dig för efter din nästa affär el. kund. Många i din närhet kanske har behovet av just din produkt/tjänst, om inte så har de säkerligen någon som de känner som har behovet.

## Mötet

Här följer en kort men nyttig beskrivning på hur man som säljare kan bete sig före, under, och efter mötet, allt för att genomföra ett bra säljmöte! Tänk på att det inte finns något rätt eller fel, detta är ett exempel och grovt förenklat men bra för att skapa struktur i ditt säljarbete. Lär dig att anpassa dig till kunden, det kan t.ex. vara svårt att sälja något till ett finansbolag om du kommer till mötet i jeans och t-shirt. Använd ditt sunda förnuft både när det gäller klädstil samt kroppsspråk!

Detta är en frågemetod som är bra för att leda kunden mot ditt erbjudande samtidigt som du visar att du är intresserad av kundens situation. Säljaren börjar med att ställa [Situationsfrågor](#), sedan [Problemfrågor](#), sedan [Inverkansfrågor](#) och sist [Nyttofrågor](#).

[Situationsfrågor](#) – Avslöjar ett eventuellt missnöje hos kunden i dess nuvarande situation. Börja samtalet med några enkla frågor som förser dig med bakgrundsfakta och samlar information. Ställ inte för många situationsfrågor, risken är att kunden blir uttråkad.

Exempelvis: S: Hur många utskick gör ni av ert nyhetsbrev varje vecka?

K: Oj, vi gör 2 utskick i veckan till ca 15 000 mottagare.

S: Hur många mail studsar tillbaka?

K: Oh, det är inte så många men det är jäkligt jobbigt att rensa våra register efter varje gång vi gör utskick. Det tar tid och är tråkigt.

[Problemfrågor](#) – Frågor som avslöjar problem, besvärligheter och missnöje. Här problematiserar du det du fick fram i situationsfrågorna.



## FÖRSÄLJNING

Exempelvis: S: Du säger att det är problematiskt med mail som studsar och adresser som skall rensas. Tror du att detta skapar någon irritation bland dina kunder när deras adresser inte tas bort när de meddelar er att de inte vill ha utskick i framtiden?

K: Jo, det klart.

**Inverkansfrågor** – Här förstorar du problemet och låter kunden berätta om konsekvenserna.

Exempelvis: S: Ni gör 2 utskick i veckan till ca 15 000 mottagare och varje gång studsar det ett antal mail. Hur många kunder tror du att du går miste om p.g.a. det?

K: Svårt att säga, men det klart det är inte positivt.

**Nyttofrågor** – Här kommer du in på din lösning och varför den är ett bra alternativ.

Exempelvis: S: Vad skulle det innebära om vi kunde se till att automatisera processen och ordna så att de adresser som studsar rensas bort automatiskt?

K: Jo det skulle ju innebära att jag och mina medarbetare slipper lägga flera timmar på tidskrävande jobb.

### **Klart!**

Nu har du gjort vad du kan för att bygga upp ett behov av din lösning och nu börjar förhandlingar om pris och andra villkor.

### **Uppföljning**

Se till att alltid följa upp ett säljmöte. Skicka ett mail och tacka för det trevliga mötet oavsett om du upplever att kunden var intresserad eller ej av ett ev köp. För om det inte blir affär idag så kanske det blir det i framtiden. Viktigt här är att återkoppla till säljsamtalet samt att föreslå en tid då man återkommer.



# FÖRSÄLJNING

## Säljstöd

Att bygga sitt eget säljstöd har man stor nytta av i framtiden. Detta gör man lättast genom att grundligt "bokföra" sina bokningsamtal och säljmöten. Det bästa sättet är att utgå från sin ringlista och göra ett större Excel-dokument, liknande ringlista, där man har mer detaljerade anteckningar hur samtalen/möten har resulterat. Viktigt är att ha med datum, vilket man kan hänvisa till vid återkomst till kunden/prospektet efter ett par månader.

## Mål

Att sätta upp mål hjälper dig att vara motiverad. Var noga med att sätta upp realistiska mål, samt delmål, så att du belönas för bra arbete längs vägen mot målet.

## Grunden i sunt företagande - Målinriktad försäljning

En framgångsfaktor är målfokusering. Att känna till sina försäljningsmål är naturligtvis en avgörande och självklar utgångspunkt. Så här kan exempelvis ett försäljningsmål formuleras: "Om ett år skall jag ha sålt för 150 000 kronor. Då behöver jag göra 300 telefonsamtal som skall leda till 30 säljbesök som i sin tur skall leda till 3 avslut á 50 000sek. Detta innebär 6 säljsamtal i veckan och 3 besök i månaden."

**Lycka till med försäljningen!**