

## Konkreta säljtips relaterade till kundens och säljarens beteende

Vi delar kunderna i tre kategorier och bemöter dem på det sätt som får dem att känna sig trygga

– detta underlättar deras beslut inför affären.

### I – vill synas - lyx

Handlingskraftig, bråttom

Hårt och fast handslag

Vill utmana dig, kan vara  
oförskämt eller grov

Klädsel: konservativ

### II – vill synas - färger

Sällskaplig

Med stort leende, ögonkontakt

Vill prata om allt och själv

Gästfrihet är viktig.

Klädsel: modeinriktad, färger

### III – vill ha en pålitlig bil/bensinsnål

Reserverad

Ej ögonkontakt, slapp handslag

Vill ha service på ett sakligt sätt

Långsam tempo, god lyssnare

Klädsel: korrekt

**I frågar Vad** - Varför skall jag välja just denna modell? Var kort, effektiv och bestämd i din argumentation. Ge två alternativ så han/hon själv får fatta beslutet. Försök ej gå i personligheter. Fråga – vad tycker du är viktig. Tydlighet – God affär - Leverans välplanerad.

**II frågar Vem** - Är detta det senaste? Känna för, ta en provtur, försök att inte ge flera alternativ – kan sluta i beslutsångest. Fråga med känsla, personligt, bekräfta så att du vet att ni är överens. Låt han/hon glänsa och visa uppmärksamhet. Försök utveckla gemensamma idéer. Ge namn på andra ”kändisar” som har likadan bil. Om ej beslut så be han/hon komma tillbaka med familjen. Sammanfatta och kolla att ni är överens om samma sak. Kolla tiderna. Jäkta inte iväg utan låt han/hon prata färdigt. Summera skriftligt om han/hon så vill.

**III frågar Varför och Hur - Är detta beprövat?** Välbeprövad och känd teknik skall lyftas upp.

- Är detta det bästa? Dokumentation visa testresultat i oberoende tidningar tex. Vad har du haft för bilar tidigare? Försök hitta paralleller och fråga vad han/hon inte var nöjd med den förra bilen. Har jag varit otydlig, är det ytterligare ngt vi skall diskutera om? Skynda ej beslutsprocessen. Undvik att påstå saker! Översälj inte! Nämn serviceavtal och att ni lånar ut en bil om ... Var systematisk och sammanfatta för- och nackdelar. Var beredd att skicka en skriftlig offert.

**I (Motor)**  
**Bestämd**

Initiativtagare Positiv

**Förlora**  
**Misslyckas**  
**När ingenting händer**

Utmaningar  
Jag känsla  
Handlingsfrihet

Når resultat  
Håller dead-lines  
Motor i gruppen

Dirigerande

**Att lyssna**  
**Uppmärksamhet på detaljer..**  
**Andras behov av kontroll**

**II (Bensinen)**  
**Verbal**

Uthållig, Försiktig

**Vad ogillar personen?**

**Att ej vara behövd**  
**Utanförskap**  
**Förnekande**

**Hur motiverar vi personen?**

Vi - känsla  
Uppmärksamhet  
Popularitet

**Värde för säljteamet?**

Dörröppnare, idéskapare  
leder, motiverar  
engagerar

**Hur skall chefen vara?**

Ledande

**Utbildning?**

**Tidsplanering**  
**Känslokontroll**  
**Objektivitet**

**III (Stötdämpare, radio) (Broms, karta)**  
**Vänlig, Noggrann**

**Snabba förändringar, Kritik**  
**Motstånd**

Trygghet, Fakta  
Struktur i arbetsmiljö, Logistik  
Rutiner, Regler

Adm + planeringsförmåga, Specialisten  
Service stöd, genomför, Kvalité  
Förtroendegivande, samlar fakta

Koordinerande, Regeltrogen

**Tillit till uppnådda resultat, Fatta snabbare beslut**  
**Förenklade metoder, Använda makt**  
**Vänskap är inte allt, Mer självförtroende**

## **Individanpassa ditt ledarskap**

Idag konkurrerar företagen med service och kreativitet. Kunden vill bli ihågkommen och vill gärna se att produkten som erbjuds är speciellt anpassad för just deras behov. Det är viktigt att din personal har förståelse för det.

Hur leder du dem på rätt spår?

### ***Personal***

Förstår du dina medarbetare? Varför gör de inte det ni kom överens om på mötet? Har personalen ryggont, huvudvärk eller hög frånvaroprocent? Hur är språkbruket på arbetsplatsen, grovt eller hjärtligt? Ser du grupperingar bland dina medarbetare? Har vissa alltid för mycket att göra? De hinner inte med och jobbar ständigt övertid? Hur är det med kundvård? Kundbemötandet? Vilka är ditt företags interna kunder? Hur vårdar ni dem? Är arbetsmiljön kreativ eller tråkig?

Jag lyfter fram individens personliga egenskaper så du får ett arbetsteam som trivs med sina arbetsuppgifter.

Med trivseln kommer effektiviteten och kreativiteten. Personalen förstår varandra och du förstår dem.

Kommunikationen blir både rolig och enkel. Detta märker även dina kunder.

**Hur ser du på din roll som den viktigaste marknadsföraren för xxx Ab?**

**Vad är marknadsföring? – allt du gör som påverkar kundens uppfattning om företaget är marknadsföring.**

**Vilket önskemål på marknaden skall vi tillgodose? Hur skiljer vi från andra?**

**Kunden – intressenter, interna och externa kunder.**

**Hur tar vi hand om befintliga kunder, potentiella kunder, leverantörer, opinionsbildare, press, myndigheter?**

**Hur kan du påverka kundens upplevelse?**

**Vad klagar kunderna på? Vad berömmar de?**

**Hur ser xxx AB marknadsplan ut? – annars vet du inte vart företaget strävar?**

### Varför driver vi xxx Ab?

För att tjäna pengar  
För att ge kunden det kunden vill ha  
För att ge kunden en kvalitetsprodukt

### Har vi alla samma mål för ögonen?

Att tillverka en kvalitetsprodukt till lägre kostnad

### Varför har vi mål?

På grund av företagets behov  
Det är något att sträva efter  
För att känna att vi har åstadkommit något  
För att uppfylla kundens krav

### Vem bestämmer målen?

Cheferna för marknadsavdelningen  
Försäljningsavdelningen  
Planerarna

### Hur bestäms målsättningarna idag?

Av försäljningsavdelningen, sedan planeringsavdelningen och sedan vi  
Av marknadsprognoser

### Var kommer siffrorna ifrån?

Planerings- och försäljningsavdelningen  
Företagets behov i allmänhet

### Vad måste/kan förändras?

Cheferna måste visa större förståelse  
Bättre kommunikation  
Bättre försäljningsprognoser  
De anställda måste få mer att säga till om  
Utbildning i nya arbetsmetoder

### Hur ser ekonomin ut? Hur klarar vi oss idag?

### Vet du hur affärsidén för xxx Ab lyder?

Om alla medarbetare ska kunna dra åt samma  
håll, måste också alla känna till företagets  
affärsidé, mål och planer.

### Arbetsledningens funktioner:

#### Stödjande

Utvecklande  
lärdomar/utbildning

#### Motiverande

varför skall vi arbeta?

#### Normativ

kultur, värden, gränser, kontroll,  
planering, ledningsansvar,  
objektivitet = saklighet, opartiskhet

**Namn:** .....Ringa in 15 ord som passar bäst på dig samt kryssa över 5 ord som inte alls passar på din personlighet.

**Fördomsfri**  
**Väldisciplinerad**  
**Beundransvärd**  
**Visar aktning**  
**Respektfull**  
**Tillmötesgående**  
**Hänsynsfull**  
**Tålmodig**  
**Läraktig**  
**Anpassningsbar**  
**Nöjd**  
**Kultiverad**  
**Tolerant**  
**Försynt**  
**Överseende**

**Attraktiv**  
**Social**  
**Äventyrslysten**  
**Pratsam**  
**Sällskaplig**  
**Kamratlig**  
**Rastlös**  
**Inspirerande**  
**Sällskapets medelpunkt**  
**Ivrig**  
**Generös**  
**Glad**  
**Hjärtlig**  
**Livfull**  
**Optimistisk**  
**Positiv**  
**Energisk**  
**Populär**  
**Rar**  
**Charmerande**  
**Gladlynt**  
**Lättsam**  
**Livlig**  
**Bekymmersfri**

**Snäll**  
**Gemytlig**  
**Tjänstvillig**  
**Tillitsfull**  
**Behärskad**  
**Förstående**  
**Vänlig**  
**Hjälpsam**  
**Ödmjuk**  
**Diplomatisk**  
**Behaglig**  
**Sansad**  
**Harmonisk**  
**Lågmäld**  
**Tillfreds**  
**Välvillig**  
**Fridsam**  
**Behärskad**

**Lättpåverkad**  
**Omständig**  
**Försiktig**  
**Inger förtroende**  
**Korrekt**  
**Lydig**  
**Noggrann**  
**Lojal**  
**Eftergiven**  
**Konventionell**  
**Lättsårad**  
**Resignerad**  
**Originell**  
**Måttfull**  
**Bekymrad**  
**Medgörlig**  
**Plikttrogen**

**Tävlingslysten**  
**Modig**  
**Världsvan**  
**Pådrivande**  
**Diskussionslysten**  
**Övertalande**  
**Djärv**  
**Våghalsig**  
**Bestämd**  
**Banbrytande**  
**Envis**  
**Viljestark**  
**Orädd**  
**Okuvlig**  
**Självsäker**  
**Övertygande**  
**Nonchalant**  
**Rättfram**  
**Beslutsam**  
**Påstridig**  
**Ihärdig**  
**Karaktärsfast**

