

Försäljning

Det finns olika uppfattningar om vad försäljning innebär. En del anser att det är allt som en säljare gör med kunden medan andra uppfattar det som ordermottagning. Båda är rätt men försäljning är alla aktiviteter i ett företag som direkt och indirekt påverkar omsättningen av en vara eller tjänst.

Försäljning är ett tufft område och kan i verkligheten både lyfta och stjälpas ett företag. I svåra stunder är företaget utsatt för negativa svar som "jag är inte intresserad" och "nej tack". Att gång på gång bli avvisad är naturligtvis inte trevligt men när man får ett "ja" så överväger detta ofta alla tidigare "nej". Målsättningen är självklart att din produkt regelbundet köps av dina nya och befintliga kunder.

Sälja är en process

De flesta företag har utvecklat ett eget sätt att sälja sina varor och tjänster tillsammans med respektive kund. Företaget växer och utvecklas medan försäljningsaktiviteter tenderar att förbli likadana eftersom det finns en liten rädsla att kunden påverkas negativt.

När en säljare lyckats få en order är det självklart bra, men är det leveransförseningar och dåligt bemötande kan kunden sluta köpa. Försäljningsarbetet ska därför också betraktas som interna och dynamiska aktiviteter som börjar innan man kontaktar en kund och efter man levererat produkten.

Du som företagare/ledare har vanligtvis koll på din omsättning som är ett bland flera nyckeltal som visar hur företaget presterar. Har faktureringen gått upp eller ner denna månad? Är det normalt? Hur ser det ut med förra årets motsvarande månad? osv.

Har du funderat över hur din säljprocess hänger ihop med din omsättning? Hur fungerar egentligen din försäljning? Vem påverkar och vad kan du göra åt det? Här kommer några tankar:

- vem fattar och påverkar ett köpbeslut hos dina kunder? har dina kunder en inköpsavdelning, eller köps dina produkter av någon enstaka individ då och då?
- har du gjort regelbundna kundenkäter?
- vem av dina kunder genererar mest vinst?
- har du använt dig av strukturerade och genomtänkta försäljningskanaler? Hemsida, e-handel, personliga möten, mässutställningar, olika typer av nätverkande och affärskontakter, butiker, agenturer, telefonförsäljning, mm
- hur kompetenta är dina säljare och din säljavdelning?
- hur lång tid tar det mellan en offert och ett avslut? hur många offerter leder till affärer? hur hanterar du reklamationer?
- förutom pris, vad finns det för andra faktorer som är avgörande för dina kunder?

Bra försäljning ger vinst

Ha gärna bra koll på varje del i säljprocessen eftersom genomförandet påverkar din lönsamhet. Förutom korrekta priskalkyler och dito efterkalkyler så bidrar en välorganiserad och effektiv säljprocess till en bättre siffra på sista raden.

daniel.nakell@vdstodet.se