

Försäljningsmötets viktigare faser är avslutet där parterna kommer överens om en affär. Visserligen är behovsanalysen den viktigaste, men om du inte kan hämta hem en order blir det inga pengar.

Alla säljare vill bli bättre på att göra avslut, men tyvärr finns det alltför få som verkligen tränar, utvärderar och utvecklar sin avslutsteknik. Det anses ofta som jobbigt. När en säljare blir bekväm och lat missar han/hon att bli vassare, bättre på sitt område och kanske stjärnan i branschen.

Ditt avslut börjar redan i början ..

Gör ett bra intryck

Du får inte en andra gång för att göra ett första intryck. Din försäljning startar direkt när du presenterar dig och tar i hand. Du har bara ett fåtal sekunder på dig att påverka din kund. Sen har han/hon beslutat sig vem/vad du är.

Det är alltid du som gör affärer och det är alltid du som förmedlar förtroende och kvalitet till kunden. Kunden köper helt enkelt dig som person före han/hon beslutar sig för att köpa din produkt.

Visa alltid upp ett uppriktigt leende, positivt språkbruk och ett stort engagemang. När kunden inser att du är genuint intresserad av företagets problem kommer de vilja samarbeta med dig.

Vaska fram behovet

När ni snackat lite om väder och vind, sport, aktuella händelser eller annat smått och gott är det dags att starta upp mötet. Du stiger nu in i en informationsfas [behovsorientering] där det är din uppgift att undersöka,

- Vilka behov kunden har
- Om kunden ska beställa det han/hon vill beställa
- Om kunden har pengar att lägga på en order

Sammanfatta behovet

Om du inte sammanfattar vad kunden berättat under behovsorienteringen är det lätt att tolka dina egna tankar och göra dem till kundens. Det får inte ske.

Det är mycket viktigt att sammanfatta så kunden får lov att kvittera att du uppfattat och tolkat informationen korrekt. Du får även en möjlighet att korrigera detaljer som kanske uppfattats fel.

Presentera lösningar

När du insett kundens problem kan du lättare presentera din lösning/ar. Kunden kommer att köpa av dig när du visar att du förstår deras problem och för att du kan presentera rätt sorts lösning.

Sammanfatta lösningarna

På samma sätt som du sammanfattat behovet tidigare ska du sammanfatta vad kunden sagt, tyckt, efterfrågat och annat kring de lösningar som du visat upp. När kunden kvitterat kan du/ni gå vidare och diskutera den lösning som kunden valt att fokusera på.

Leverera mera

När kunden inser att du kan lösa hans/hennes problem hamnar du och ditt företag under luppen. Kan du leverera rätt mängd, med rätt kvalitet, till rätt pris på rätt datum? Kunden kommer att be dig om referenser för att säkerställa att det du utlovar stämmer med verkligheten.

Berätta

Du hamnar i en informerande/berättande fas där du har till uppgift att lugna kunden och visa upp att du kommer göra det du utlovar. Du berättar hur ditt företag tänkt göra med,

- Leverans
- Eventuella reklamationer
- Utbildning
- Service
- Betalning
- Utvärdering

Tänk på att din kund med stor sannolikhet kommer träffa och lyssna på dina konkurrenter. Var konkret och tydlig.

Kanske ..

.. du har visat att du,

- Vet om och förstår kunden behov
- Har flera olika lösningar på deras problem
- Praktiskt kan hantera det om krävs vid eventuell order

Du knyter ihop hela mötet och presenterar den lösning som du och din kund kommit fram till är den bästa lösningen på kundens problem. Nu ska du berätta om leverans. Kunden kommer t ex försöka förhandla sig fram till tilläggstjänster, utbildning och bättre serviceförslag.

Avslut

Det är dags att sammanfatta de fördelar som ni gemensamt diskuterat er fram till. Du visar kunden vad de innebär för hans/hennes verksamhet, dvs hur mycket pengar som genereras i slutänden. När kunden inser vad du innebär för honom/henne är det dags att fråga efter order.

Konstruera inte till det - fråga efter beställning av X eller Y kvaliteter och sen är du tyst. Låt nu kunden få tänka i lugn och ro innan han/hon bestämmer sig för sin beställning.

Om kunden stället börjar ställa frågor eller har invändningar besvarar du dem och sedan ställer du samma fråga igen .. och är tyst.

Merförsäljning

Det är alltid lättast att få kunden att köpa mer när han/hon precis har köpt. Före köptillfället har kunden undersökt dig och dina argument, ingående, för att sedan komma fram till ett beslut att du och din produkt är bra och löser deras problem.

Förstärk din order

Många säljare tror att säljprocessen är slut när kunden har lagt sin beställning. Det är ett stort misstag!

När kunden kommit över sitt motstånd att säga ja, blir han/hon lättad och då har du en möjlighet komplettera och att se till att kundens order blir större.

Korrekt beslut

Det är viktigt att du visar uppskattning och hjälper kunden bli säker på att han/hon har fattat ett korrekt beslut. Hjälp till genom att sammanfatta vad ni kommit överens om och berätta igen hur bra resultatet kommer att bli.

Din kund vill få bekräftat att han/hon gjort en riktigt, riktigt bra affär ..