Olika typer av försäljning

Du ska förbereda ett säljmöte minst 8 veckor före det datum du ska agera säljare. Det praktiska säljmötet ska du ha på våren. Du väljer själv datum i slutet av maj.

Bedömning

Jag bedömer din planering och din kompetens som säljare, vilket innebär att du blir bedömd på dokument, planering samt på ditt agerande, d v s din aktivitet och kommunikation före, under och efter säljsamtalet.

Planering

- Boka in datum för ditt säljmöte.
- Välj ut produkt [ej UF-produkt].
- Bestäm vem din kund är, d v s vem jag är och var jag arbetar.
- Ring upp och boka in ett möte.
- Skicka bekräftelsebrev.
- Ta fram en grafisk profil som ska användas i samtliga dokument.
- Ta fram en fullständig säljplanering med syfte, mål, reträttmål, förväntat resultat e t c. Det innebär en uppdelning på före – under och efter mötet.
- Du ska även ta fram en argumentationslista, d v s du ska förutspå vilka invändningar kunden har och hur du ska bemöta [parera] dem.
- Du ska även ta med allt som behövs för att planera och nå dina säljmål.
- Maila ”heads up” någon dag före ditt möte.

Hållpunkter

- Din strukturerade och designade säljplan lämnas på mötet..
- Boka in ditt säljmöte kring v 40.
- Ta fram en vara/Kollektion som du ska sälja
- Ta fram din rollbeskrivning kring v 45.
- Ring upp och boka in ditt säljmöte senast **4** veckor före ditt möte.
- Skicka bekräftelsebrev senast **3** dagar efter ditt telefonsamtal.
- Maila ”heads up” ca 3 dagar före mötet.

Säljmöte

Du ska agera utifrån - före mötet, under mötet och efter mötet. På mötet är det säljsamtalet som gäller, d v s initiering – genomförande – samtalsavslutning. Jag bedömer hur du driver och styr samtalet enligt din planering samt ditt beteende på mötet.

Disposition

- Lite löst snack om vad som helst.
- Presentation av dig, företaget och annat som behövs.
- Behovsorientering [ställa öppna frågor till kunden].
- Sammanfatta av vad kunden berättat för dig.
- Presentera lösning/-ar.
- Sammanfatta din/dina olika lösning/-ar.
- Förhandling om pris, kvantitet, leverans , service och liknande.
- Sammanfatta villkoren.
- Avslut [be om order].
- Sammanfatta vad ni kommit fram till.
- Förstärkt köparens mentala bild av köpet.
- Tack och adjö

Inledning – avslutning

Glöm inte den viktiga inledningen, d v s hur kunden upplever er de första 10 sekunderna och den viktiga avslutningen där du sammanfattar ditt möte, presenterar en lösning och ber om en order.

Avslut

Lär dig älska ett nej, tänk på att alla kunder inte köper.

Bedömning vs avslut

Om jag köper från dig eller inte påverkar inte, per automatik, min bedömning. När du gör ett gott säljmöte ökar chanserna att du erhåller ett avslut och därmed ett bra betyg för att du gjort ett bra säljmöte.

Din vara och vår relation

- Din vara ska finnas på marknaden idag.
- Jag är mig själv, d v s en skånepåg som heter Chris Hansson.
- Ditt möte ska alltid utmynna i en säljsituatiion inte ett nytt möte.
- Du ska sälja och inte enbart presentera din vara.
- Det är sunt förnuft som gäller - du får inte sälja etisk/moraliskt förkastliga saker.
- För att uppnå en realistisk säljsituation ska kunden ska alltid agera på lokal eller regional nivå.