



# Säljarens guide till bättre affärer

EN GUIDE FRÅN



SÄLJARNAS



03

01. Få koll på värdet

04

02. Var i framkant

05

03. Optimera tiden

06

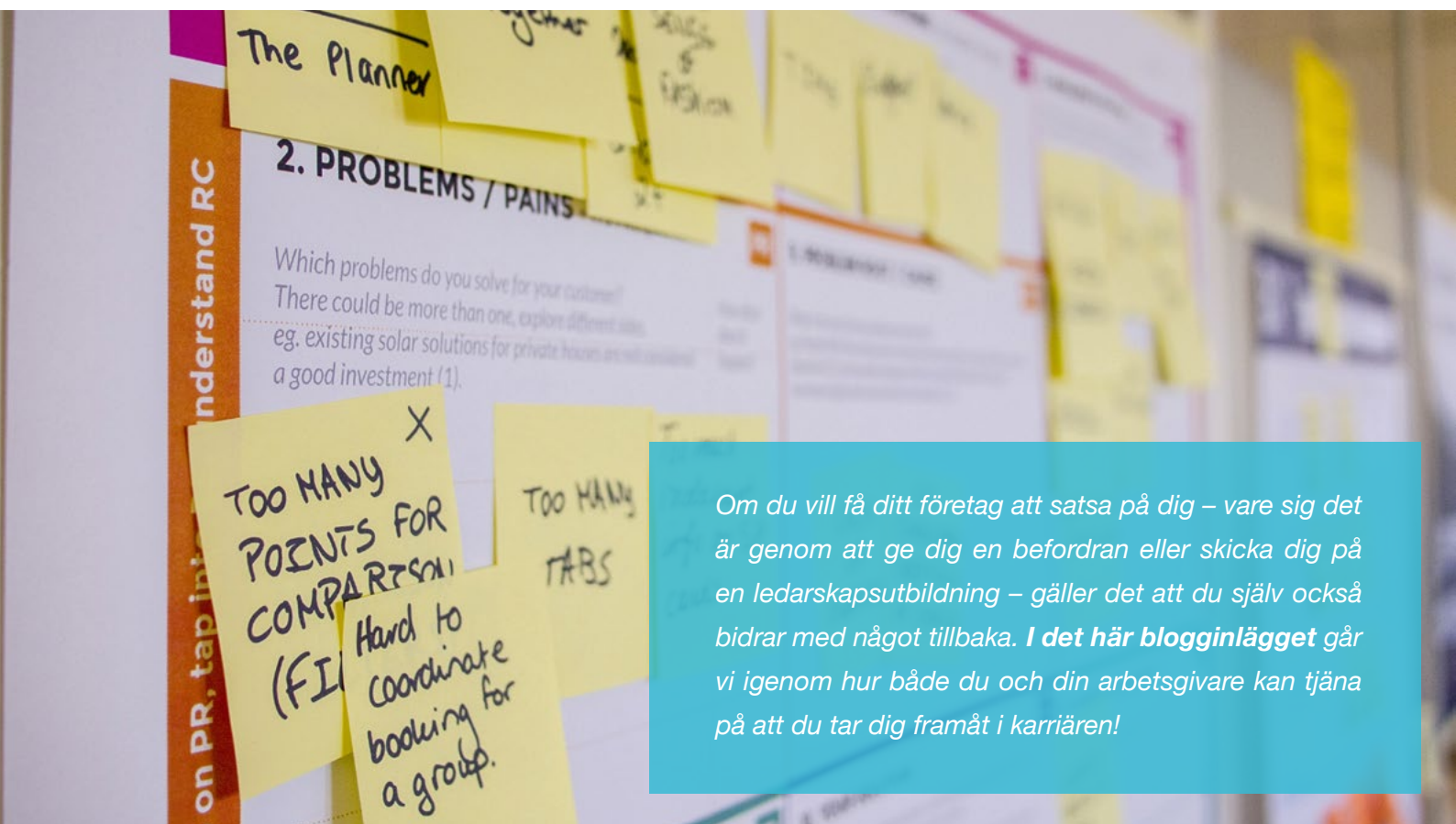
Mer läsning

## Inledning

---

*Vad skiljer en framgångsrik säljare från en medelmåttig? I den här guiden ger vi dig några av våra bästa säljtips! Vi går bland annat igenom hur du pitchar på värde istället för funktionalitet och varför du ska använda tiden mellan möten effektivt – till exempel till att nätverka på LinkedIn.*





Om du vill få ditt företag att satsa på dig – vare sig det är genom att ge dig en befordran eller skicka dig på en ledarskapsutbildning – gäller det att du själv också bidrar med något tillbaka. **I det här blogginlägget** går vi igenom hur både du och din arbetsgivare kan tjäna på att du tar dig framåt i karriären!

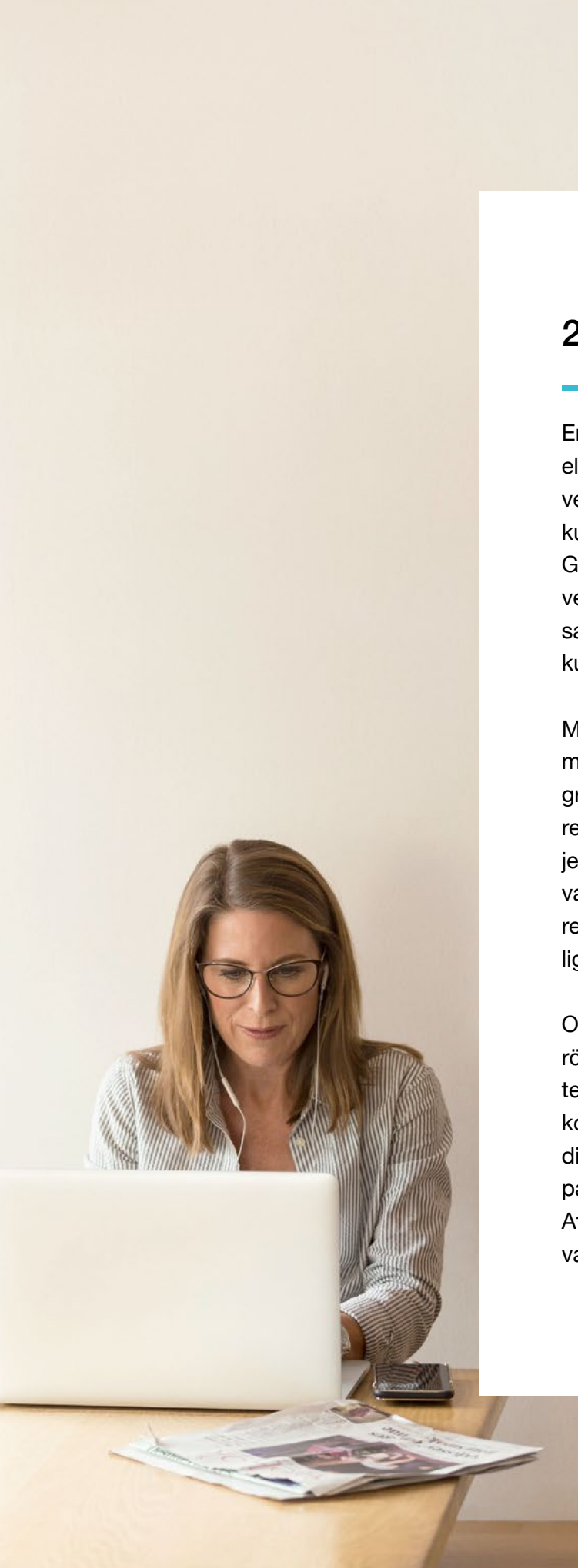
## 1. Få koll på värdet

En stor andel säljare känner inte sin kund tillräckligt väl. Om du inte har koll på vilka utmaningar och problem din kund har, kan du inte heller veta vilket värde du ska fylla. Hur ska din produkt eller tjänst komma till användning? Bortsett från behovet som ska fyllas rent praktiskt. Det kan låta uppenbart, men faktum är att få säljare tar sig tid att sätta sig in i kundens verksamhet. Istället går de in och pitchar på funktionalitet – vilket sällan går hem hos kunden. Det får dessutom dig som säljare att smälta in i mängden.

Om du istället pitchar på affärsnytta, det som gör produkten eller tjänsten unik för just den här kunden, har du större chans att lyckas. Säljer du kanske ett IT-system för verksamhetsutveckling? Lyft

då fram på exakt vilket sätt den här produkten kan spara företaget tid och pengar – eller underlätta de specifika arbetsuppgifterna. Få personer kommer vara intresserade av att köpa en produkt som bara kommer "hjälpa verksamheten utvecklas". Tala om på vilket sätt verksamheten kommer utvecklas!

Kommer IT-systemet att köpa företaget mer tid genom att digitalisera bort onödiga arbetsuppgifter? Tala om vad effekten av produkten kommer bli. Om du hänger upp dig på att beskriva de specifika funktionerna kommer du förr eller senare förlora affären till en annan säljare med ett liknande system – men ett lite billigare pris. Striden om det lägsta priset kan vilken produkt eller tjänst som helst vinna, se istället till att vinna baserat på värde!



## 2. Var i framkant

---

En framgångsrik säljare förstår sig inte bara på produkten eller tjänsten, utan kan också sätta sig in i hur kundens verklighet ser ut och hur vardagen förändras. Det gäller att kunna läsa av både företag, bransch och framtidsutsikter. Genom att vara medveten om i vilken riktning världen utvecklas – idag rör vi oss till exempel mot ett alltmer digitalt samhälle – kan du också skapa dig en förståelse om vad kunden kommer behöva för att lyckas i framtiden.

Många av de arbetsuppgifter som är populära idag kommer en robot kunna utföra, snabbare och med större noggrannhet, om bara ett par år. I vissa fall är vi till och med redan där. Våga lyfta fram detta och utmana kunden. Säljer du en tjänst som kan automatisera och förenkla tillvaron under de kommande åren? Förklara det. Ta också reda på vad kundens konkurrenter gör – för vem vill inte ligga steget före konkurrenterna?

Om kundens gamla IT-system hindrar företaget från att röra sig i samma takt som konkurrenterna, är de garanterat intresserade av att få veta det. Allt som kan påverka konkurrenskraften är i regel av intresse. Fundera över hur din produkt eller tjänst kan skapa ett försprång för kunden på framtidens marknad och med eventuella konkurrenter. Att visa för kunden att du är påläst och i framkant kommer vara till stor fördel.

### 3. Optimera tiden

---

Att ha ett bra säljpitch och förmågan att sluta avtal är viktig – men det är minst lika viktigt att strukturera upp arbetsdagen på bästa möjliga sätt. Du har bara 24 timmar på ett dygn och det gäller att veta hur du ska utnyttja dem till max. En bra säljare jobbar konsekvent med vanor och rutiner. Istället för att bara slumpmässigt ringa några kalla samtal när andan faller på, gäller det att ha en strategi och hålla sig till den.

Resultatet blir sällan bra om du sporadiskt ringar runt till några kunder och försöker boka möten. Utan att först ha gjort research eller satt ett syfte för samtalen. Du har i regel flera olika kunder, kalla

eller varma, som behöver bemötas på olika sätt. Sätt ett mål för hur varje dag på kontoret ska se ut – du kanske ska kontakta ett visst antal personer eller hålla ett visst tempo. Vad funkar bäst för dig? Är det kanske att spendera förmiddagen åt att ringa samtal, eftermiddagen åt möten och kvällen åt det administrativa?

Det är i regel en bra idé att ägna tid åt kunderna under kontorstider, när de flesta har möjlighet att svara i telefon eller ses över ett möte. Spara kvällen till att komma ikapp med mejlen, återkoppla efter ett möte eller hantera fakturor. Se också över din arbetsbelastning. Finns det arbetsuppgifter som tar upp onödig tid och egentligen skulle kunna digitaliseras bort?

Ett sista tips är att använda restid och väntetid effektivt – har du till exempel en kvart över i väntan på ett möte? Passa på att gå in på LinkedIn och jobba lite med Social Selling under tiden. Eller varför inte skicka iväg ett mejl? Det gäller att passa på när tillfälle ges!





## Mer läsning

---

Det finns mycket att tänka på innan du skriver på anställningsavtalet. När provisionen anses intjänad, vilka villkor som gäller för bonus och om det finns konkurrensklausuler att ta hänsyn till – är bara några av dem. I blogginlägget **“3 vanliga fallgropar i anställningsavtalet”** går vi igenom 3 klassiska fallgropar att se upp för i anställningsavtalet!

