



# Få koll på konkurrenterna - och ta deras kunder

- en steg för steg-guide



SÄLJARNAS

Befinner du dig i en väl etablerad branch där få nya kunder utan leverantörer dyker upp - då finns det anledning att lägga upp en taktik hur du ska kunna ta dina konkurrenters kunder.

## 1. Konkurrentens egna ord

Det första du kan göra är att ta reda hur konkurrenterna vill bli uppfattade. Titta på t ex hemsida, annonser, publikationer och reklam.

Titta också på vilka ord de använder för att beskriva sig själva. Vilka egenskaper lyfter de fram och vilka kanaler använder de för att göra det? Vad postar de i sociala medier och vilken respons får de?

När du gått igenom det här har du en ganska god uppfattning om hur de når ut till sina kunder. Vilka kunder som verkar passa dom bäst och vilka svagheter de har.

## 2. Kundernas omdöme



Därefter ska du försöka hitta information om vad deras kunder tycker om dem. Titta igenom ditt nätverk och hitta personer som känner till dem. Prata med några av dina kunder som tidigare varit kund till dem eller åtminstone blivit uppvaktade av dem någon gång. Ju fler du kan prata med desto bättre är det förstås.

## 3. Jämför

Jämför nu de båda bilderna. Dvs den bild konkurrenten vill ge av sig själv och den som kunderna ger. Här tittar du främst efter sånt som inte stämmer överens mellan bilderna.

## 4. Kontakta konkurrentens kund

När du kontaktar en konkurrents kund ska du var fokuserad på:

### Upptäck svagheter

Kanske fick du i din inledande analys av konkurrenten reda på en del om deras svagheter. Annars kan du i samtalet med kunden försöka att få fram om det är något kunden saknar i sin leverans från konkurrenten.

### Lös problemet

Om det visar sig att det finns något kunden saknar i sin leverans från konkurrenten ska du givetvis erbjuda en lösning på detta. Det gör kunden mer öppen för att byta leverantör

### Gör dig riskfri

Kunden kommer alltid att känna sig mer trygg med det den har jämfört med vad du kan erbjuda.

Ett sätt att få kunden att känna sig trygg med förändringen är att visa kunden att bytet till dig som leverantör både är enkelt och riskfritt.

Ju mer garantier du kan lämna för att övergången går smidigt, desto mer underlättar det för kunden att byta till dig.

### Erbjud hjälp

Slutligen innebär alltid ett byte en viss del av extraarbete och krångel för kunden. Kan du erbjuda att hjälpa till underlättar det också för kunden att välja dig som sin nya leverantör.

Lycka till!

