

# Hur du lär dina UF-företagare lyckas med försäljning

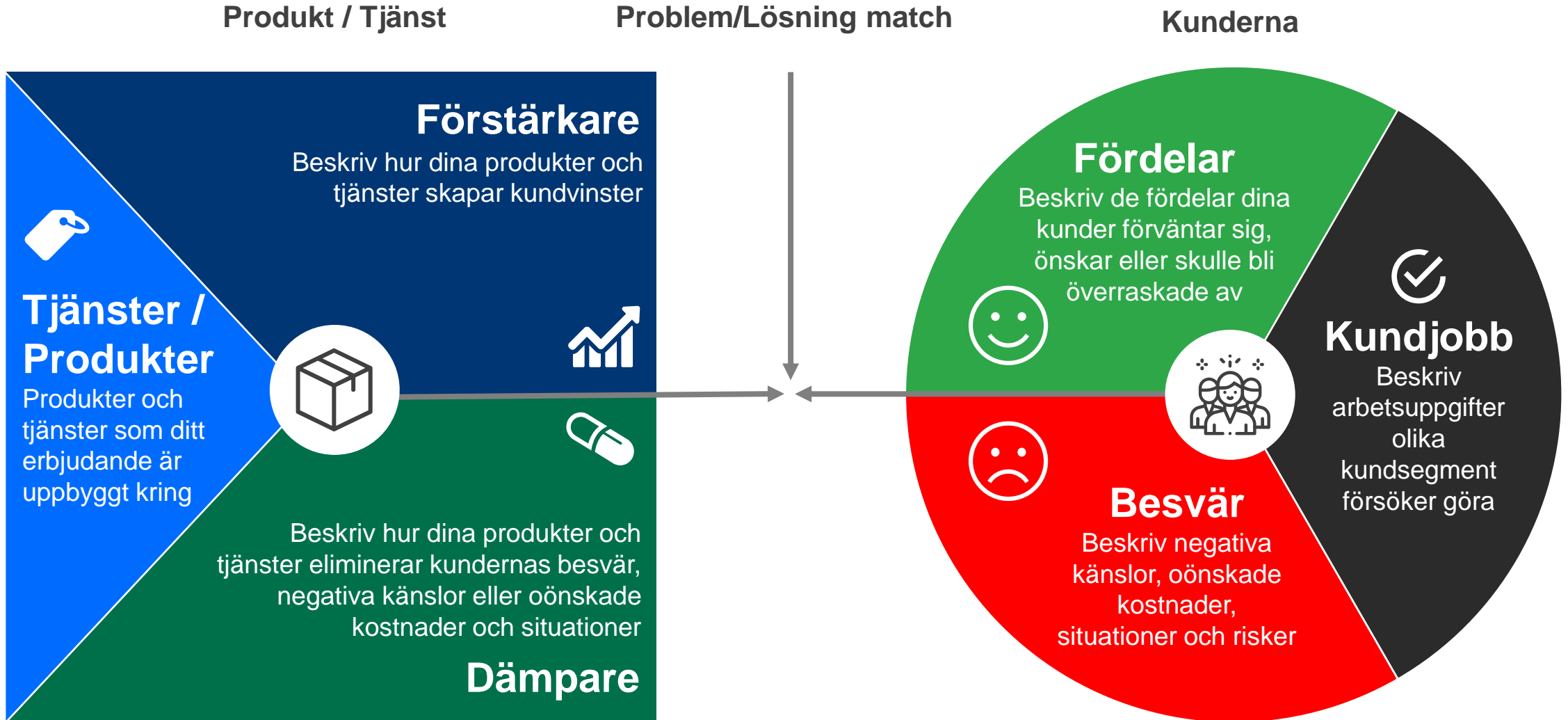
Patrik Nordkvist

**Att konsekvent  
Attrahera, Utveckla och  
Behålla  
lönsamma kunder**

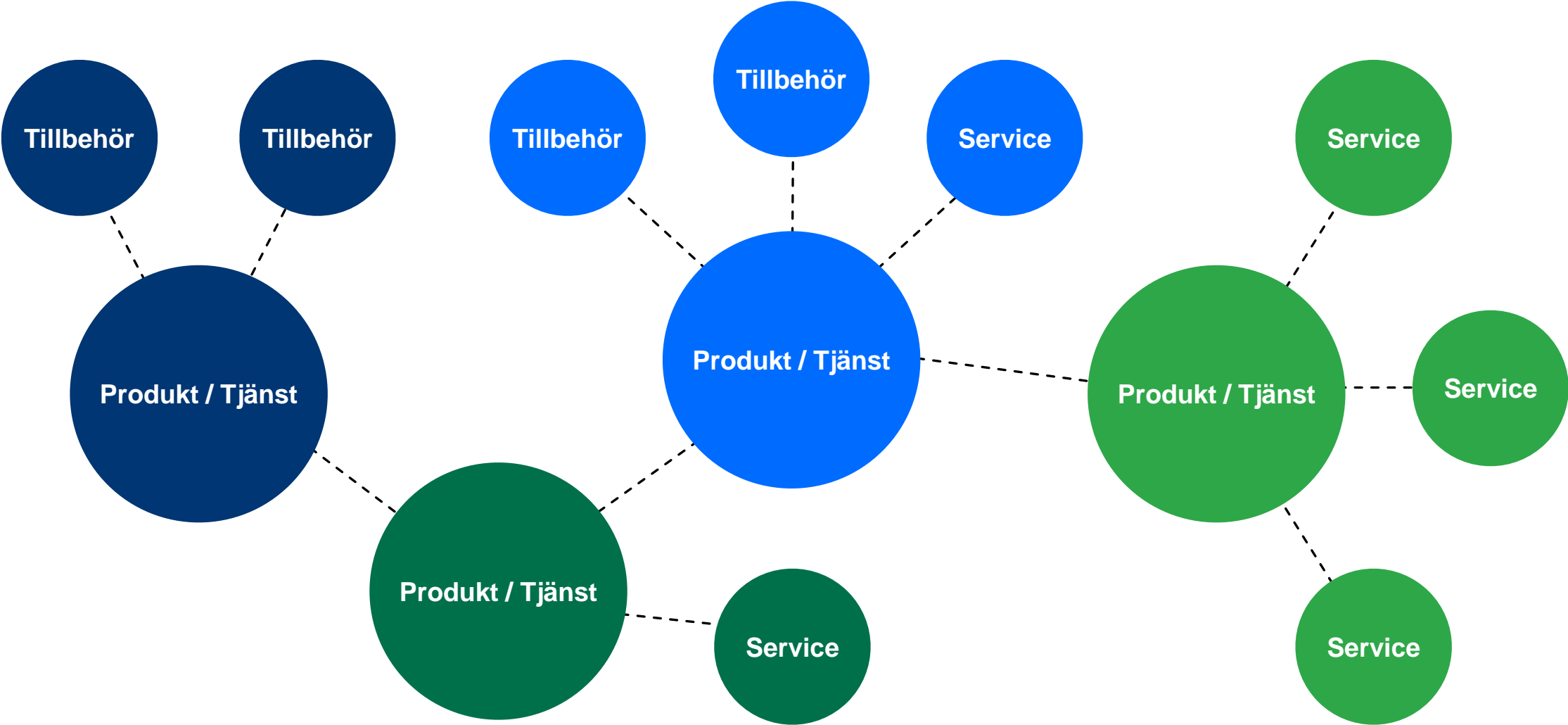
# Säljvanor

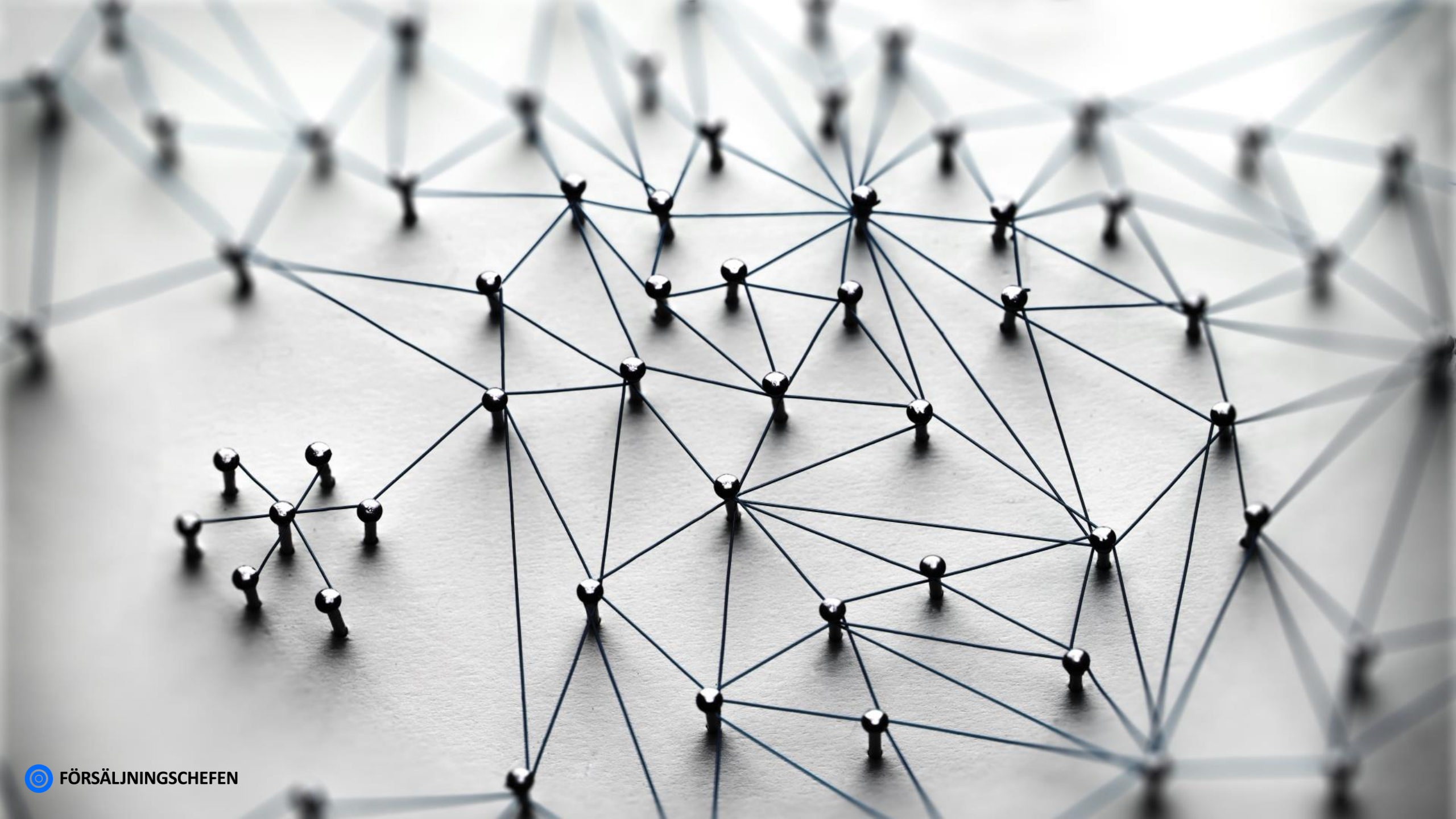


# Value Proposition Canvas



# Erbjudande mappning

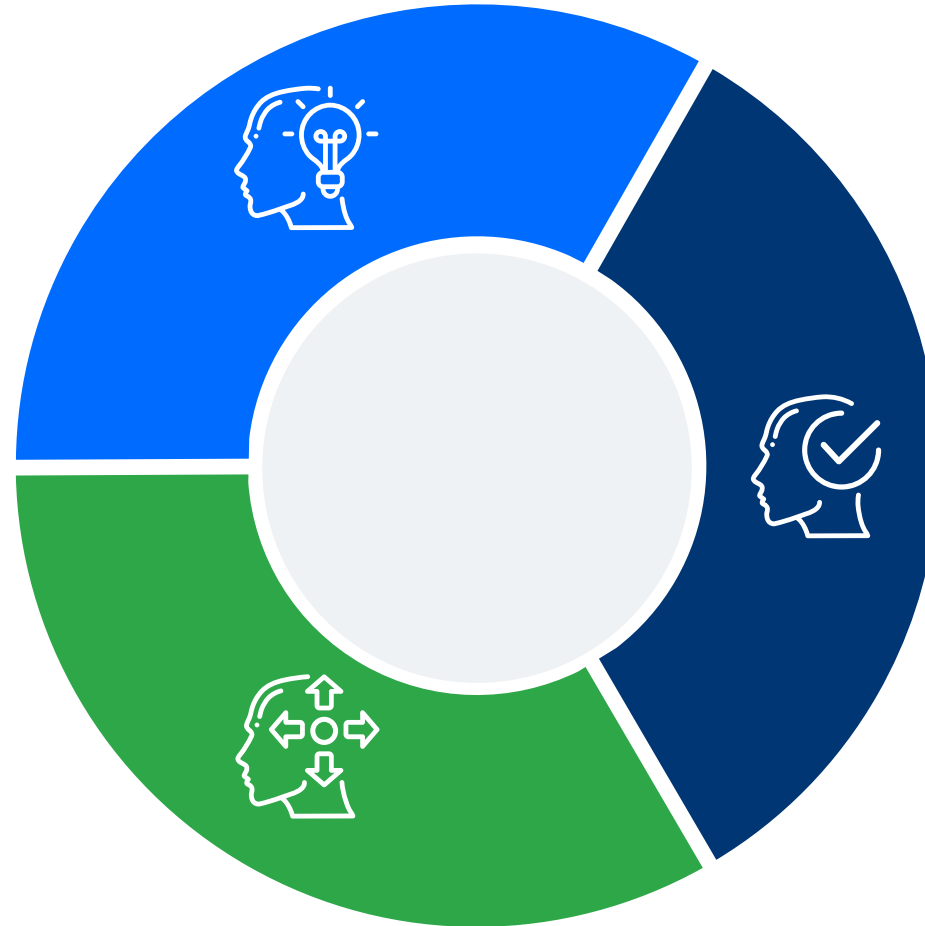




# Decision Making Unit (DMU) – Beslutsenhet

## Initiativtagare

Personer som först föreslår eller ser behovet av en tjänst eller produkt.



## Påverkare

Personer som kan påverka beslutet, men saknar mandat att ta beslut.

## Beslutsfattare

Personer som har mandat och befogenhet att fatta beslut.

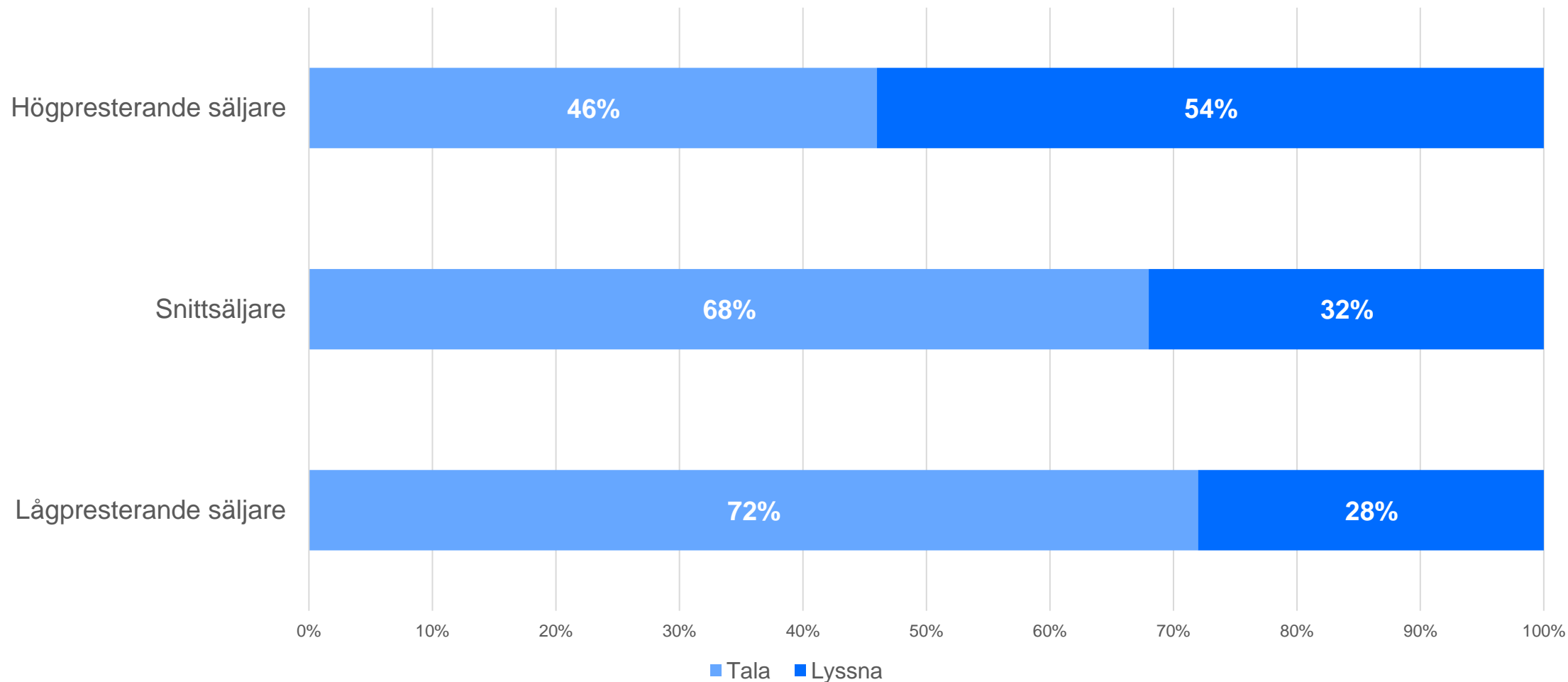




# Exempel på aktivitetsplanering

Budget/år:	SEK 1 000 000
Snitt order:	SEK 10 000
Antal kunder:	100 stycken
Träff/Konvertering:	10 procent
Säljsamtal/Möten:	1000 stycken
Får prata med:	20 procent
Antal kalla samtal:	5000 samtal
Samtal per timme:	20 stycken
Timme:	250 timmar
Tid/vecka	6,25 timmar kallringa

# Fördelning av Tala vs Lyssna i samtal





# Sociala bevis

## – Vi gör som andra gör

Människor förlitar sig väldigt ofta på hur andra tänker, känner och agerar i många situationer. I grunden alla andra människor men vi tenderar att utgå mest från den egna gruppen. Gruppen kan variera beroende på var vi är exempelvis familjen, kollegor till människor med likande bakgrund.

Du kan exempelvis använda den genom kundreferenser eller betyg från olika kunder. Du kan också berätta att företag i en viss bransch ofta arbetar med er.

I vardagen handlar det exempelvis om att agera som du vill att dina barn skall agera.





# Ömsesidighet – det du ger är det du får

En av de mest grundläggande principerna för att påverka är att är att helt enkelt ge det du vill ta emot. Behandla andra som du vill bli behandlad. Idén om att återgälda är enkel och samtidigt mycket kraftfull.

Det fler sätt att använda återgälda för att påverka och övertygs. Exempelvis ge andra små gåvor, behandla andra med respekt och eller göra dem en tjänst.

Exempelvis genom att bjuda på kunskap i form av ett webinar eller seminarium underlättar för att sedan fråga om ett möte eller en affär. Ett annat exempel är givandet och tagandet i en förhandling.



# Lycka till!

[patrik@forsaljningschefen.se](mailto:patrik@forsaljningschefen.se)

0709-10 22 00

[www.forsaljningschefen.se](http://www.forsaljningschefen.se)