

Tävling  
som leder  
till SM

Tävlingskriterier för

# ÅRETS SÄLJARE

UF Göteborg

Deadline 1  
februari 2019  
kl.12.00

**Alla UF-företag som deltar på UF-mässan den 11 mars tävlar i Årets Säljare. Vinnaren kvalificerar sig till SM i Ung Företagsamhet.**

Som säljare är du företagets ansikte utåt. En bra säljare har en god förmåga att lyssna och läsa av kundens behov. En säljare har god kunskap om företagets produkter, är målmedveten och har en väl genomtänkt säljmetodik. Det viktigaste är att du kommer till avslut!

## Grundläggande krav

- UF-företaget ställer ut på UF-mässan den 11 mars.
- Årets Säljare är en individuell tävling

## Tillvägagångssätt

Tävlingen Årets Säljare avgörs under UF-mässan den 11 mars.

- Juryn cirkulerar i mässlokalen och agerar mässbesökare. Efter att juryn bedömt säljarnas agerande i montern utser de finalister.
- Finalisterna kommer på angiven tid, träffa en potentiell ”kund” i ett slutet rum (Denna ”kund” ingår i jurygruppen). Säljaren bestämmer vem kunden ska vara tex en privatperson eller en inköpare. Kunden anpassas efter UF-företagets vara/tjänst.
- UF-företagaren ska försöka sälja sin vara/tjänst till kunden genom att inleda samtalet, ta reda på vad kunden har för behov, väcka kundens intresse och övertyga kunden om att just denna vara/tjänst tillfredsställer ett behov. Målet är att få kunden intresserad av varan/tjänsten och att komma till avslut. (köp eller nytt möte)
- 12 minuter beräknas i tidsåtgång för varje tävlande - fyra minuter utgör själva säljsamtalet, fyra minuter avsätts för diskussion för juryn och fyra minuter till feedback från juryn till säljaren (UF-företagaren).

## Juryn bedömer

- Produktkunskap – hur väl säljaren förstår sin vara/tjänst
- Förberedelse och inledning av säljsamtalet - presentation av sig själv och syftet med samtalet samt förmågan att uppfatta vem kunden är
- Behovsanalys – säljarens förmåga att ställa relevanta frågor för att få fram ett behov hos kunden
- Argumentation - presentation av produkten kopplad till kunden uttryckta behov
- Invändningsbehandling - hur säljaren agerar på invändningar och motgång från kunden
- Handlingsförslag – säljarens presentation av ett konkret kunderbjudande
- Att komma till avslut - säljarens förmåga att nå en överenskommelse med kunden, metodik och förmåga att få kontaktuppgifter.

