

SE UPP MED

säljrädsla

SOM HINDRAR DIG FRÅN ATT TA KONTAKT MED KUNDER

FÖR ATT BLI EN MER EFFEKTIV OCH LÖNSAM SÄLJARE KAN DET VARA BRA ATT IDENTIFIERA OLIKA SÄLJHINDER. DET KAN VARA ETT SÄTT ATT KOMMA ÖVER RÄDSLAN ATT TA KONTAKT MED KUNDER, VILKET OFTAST ÄR DET STÖRSTA SÄLJHINDRET.

TOM NILSSON, SOM I FÖRRA NUMRET AV SÄLJAREN BEHANDLADE ÄMNET KLAGOMÅLSHANTERING, VISAR HÄR PÅ ETT ANTAL SÄLJHINDER SOM KAN UPPSTÅ VID SÄLJPLANERING.

TEXT BRITTA HJORT EKSTRÖM
ILLUSTRATION HELENA HALVARSSON

– **SÄLJPLANERING, DET ÄR ALLT SOM HÄNDER** innan man träffar kunden, säger Tom Nilsson.

Säljplanering innefattar oftast en marknadsplan, en kontaktfas där första kontakten med kunden tas och sedan en säljfas som innebär presentation/framställning, säljteknik och avslut.

I kontaktfasen kan olika säljrädsor uppstå som sedan blir säljhinder.

– Försäljning är jättesvårt, säger Tom.

Det handlar om att ha tålamod.

– Två procent av alla avslut kommer efter första kontakttillfället medan 81 procent av avsluten sker först efter femte kontakttillfället.

ETT ANTAL SÄLJRÄDSLOR och hinder illustrerar Tom Nilsson på följande sätt:

• Säljaren »domedagsprofeten« kallar han den som oroar sig för mycket, är för försiktig, rädd för att göra oaviserade besök och ta nya kontakter och som har svaga sociala relationer.

• Säljaren »superanalytikern« som överanalyserar, är bra på att organisera kundkorten, är för mycket förberedd och som förmodligen spende-

rar mer tid på att planera är att kontakta kunder. Han är reserverad och behärskad och kan mycket men har ingen att presentera det för.

• Säljaren »superproffset« uppträder professionellt, vill vara över genomsnittet men skyller på andra när det går fel. Imagen är viktigast. Han söker nya alternativa sätt att kontakta kunder på som han anser är mer professionella än de som andra säljare använder.

• Säljaren med »scenfobi« undviker säljpresentationer inför grupp, läser ordagrant ur manuskriptet, är stel och besvärad men fungerar bra i en säljsituation öga-mot-öga.

• Säljaren »rollförnekaren« skäms över att vara säljare. Han är rädd för att inte bli erkänd och spelar med olika identiteter. Han tycker inte om

att ständigt presentera sig själv, sina produkter eller tjänster.

• Säljaren med »konfliktfobi« är rädd för att uppfattas som påträngande och undviker konflikter. Han har goda sociala relationer men svårt att komma till avslut.

• Säljaren med »statusfobi« känner sig underlägsen personer som är rika, högutbildade eller personer som är framstående och har hög status.

Han är rädd för att tappa själv tillit och undviker vissa målgrupper.

• Säljaren med »kompisfobi« är rädd för att göra affärer med vänner. Han vill inte känna att han utnyttjar vänskapen. Han ber dem inte om tips och uppger inte sina vänners namn som tips i affärer.

»ETT SÄTT ATT ÖVERVINNA SÄLJRÄDSLOR ÄR ATT TRÄNA UPP SIN EMOTIONELLA INTELLIGENS.«