Att tänka på vid möten med kunder

Uttala alltid ditt **syfte** med besöket. Varför sitter vi här och vad kan vi som leverantör göra för att ni ska få det bättre än ni har idag? Försök att utvinna ett **behov/problem** hos kunden. Ett problem som du kan lösa. Tänk på **TID-MÅL-AGENDA** som jag pratade om när vi åkte runt bland dina kunder.

* Jag tror att det här kan ta 45 minuter till en timme av det vi ska prata om. Är det okej för er? Säger då kunden. Nej, jag har bara 20 minuter på mig. Sen måste jag dra. Packa då ihop grejerna och säg: ”Då är det bättre att vi hittar en annan tid för på så kort tid kan inte vi göra oss själva rättvisa här”.
* Mitt mål med det här besöket är att göra er förstådda med att det är enkelt att samarbeta med oss…(Hitta målet som betyder något för kunden, inte för er) INTE. ”Mitt mål är att börja sälja till er”.
* Min tanke är att vi går igenom följande punkter. Känns det okej?

------------------------------------------------------------

Ställ frågor först. Var försiktig med påståenden. Frågor kan bli påståenden genom att man får kunden att tänka till. Fördelar med frågor är;

* Du får information om kundens behov.
* Du vinner tid.
* Du riktar in dig på rätt saker.
* Du intresserar dig för kunden.

----------------------------------------------------------

När ni går mot mötesrummet, undvik att prata om vädret. Ställ frågor om företaget istället, som är enkla och går snabbt att svara på.

* Hur många anställda är ni på företaget?
* Hur länge har ni funnits?
* Vad är er huvudprodukt idag?

Ibland är det svårt att starta ett möte och då är det jätte bra att ha tränat på övergångar från kallprat till det seriösa. Där har du ju agendan att falla tillbaka till. Alltid bra att börja med presentationer.

Låt kunden börja berätta om sitt först:   
*”Nu när vi sitter här, kan inte ni börja berätta om ert företag. Vad ni gör och vad ni värdesätter hos en leverantör?”* Lyssna och ställ följdfrågor.

Därefter berättar du kort om ert och kan då lyfta fram något ni är bra på som du då vet intresserar kunden.

----------------------------------------------------

BOKA MÖTE PÅ MÖTET! Om du t.ex ska återkomma om något. Offert eller något ni ska kolla upp, eller fixa prover eller dylikt. Boka en ny tid med kunden när ni ändå sitter där. Proceduren går framåt och ni vinner tid båda två.

Fokusera i första hand INTE på produkterna utan på samarbetet i stort, på relationen.

Var framåtlutad och lösningsbenägen i en kunds krav, frågor, önskan eller behov.  
EX: Om en kund som du besöker anser att något speciellt är viktigt. För honom kanske det är viktigt med att ha en påfyllningsservice.

Svara då INTE: ”Nej vi jobbar inte så”  
SVARA: Det låter som ett viktigt behov för er. Låt mig undersöka detta och återkomma till er.  
(Du behöver inte bestämma där och då. Ta hem utmaningen, dra det internt och återkom inom kort.)  
Det är ju också ett gyllene tillfälle till merförsäljning när man fyller på hos kunden. De är nöjda med servicen, du ser vad de ytterligare använder och kan föreslå nya produkter när du är där.?

Det är inte ett problem, det är en utmaning. Säg inte; ”Det blir problem för oss” Säg; ”Det blir en utmaning för oss”

----------------------------------

Var frågvis och nyfiken och kontra med avväpnande frågor till kunden när han kommer med skarpa påståenden.

Ex:  
- ”Ni har inte samma låga prisnivå som vår leverantör!  
- ”Aha, intressant. Vad är det som får dig att tro det? (Sen är du tyst och väntar lugnt)  
  
Låt kunden tänka när han behöver tänka. Devisen, ”Den som är tyst längst vinner”  
En muntlig order kan vara på väg in från kunden, om man bara är tyst…

LYCKA TILL och glöm inte att le, utan att behöva bli en lismande säljare.

/Fredrik Lyckman, P&P AB  
070-514 18 56