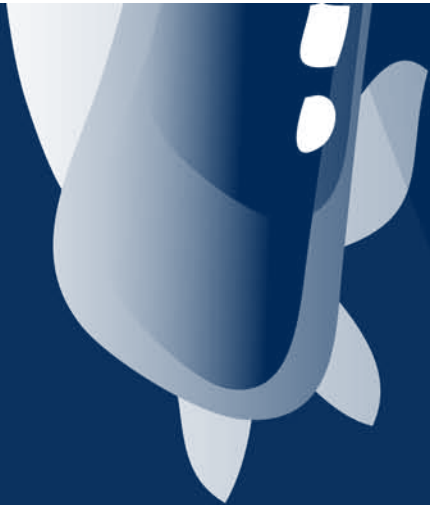


Benefit



Anden del af Salgets ABC er *benefit*. Det betyder de fordele, kunden opnår ved at handle med dig.

Der er to vigtige elementer i salg. Det ene er kundens behov, og det andet er, at han ønsker at gå ind på din løsning. Derfor må alt salg tage udgangspunkt i kundens behov, og for at finde ud af hvori det består, bliver vi nødt til at stille de fornødne spørgsmål, så kunden selv fortæller om behovet, forventningerne, og hvad han ønsker sig af denne løsning.

Husk – ingen køber noget for din skyld, men for deres egen, og hvis ikke vi kan finde frem til kundens behov, er der ingen handel.

Derfor er relevant behovsafdækning i form af begavede spørgsmål nøglen til det professionelle salg. For salg af den

forkerte løsning/produkt vil ofte give reklamationer – eller endnu værre: gøre, at vi mister kunden.

Hvis kunden ikke har et behov for dine produkter/ydelser, er der ingen forretning. Det er nemlig en forkert antagelse, at man kan skabe et behov. Men vi kan afdække et behov ved at stille gode spørgsmål.

Det fundamentale i alt salg er, at kunden har et behov, og at vi skal have defineret det sammen med kunden.

Husk – salget er et møde, hvor der skal skabes to vindere, for det drejer sig ikke om at få en ordre – det drejer sig om at få en tilfreds kunde, der får opfyldt behovene på den optimale måde i et samarbejde med din virksomhed.

Når du taler med en kunde, skal du forsøge at hacke dig ind på, hvad hans behov er. Det er ikke sikkert, at kunden ved, hvilke behov han præcis har. Måske ved kunden heller ikke, hvad du kan tilbyde, så du skal derfor hjælpe med at indkredse det, han i virkeligheden efterspørger.

Købsmotiver

Der er to grundlæggende forudsætninger for, at et salg kan gennemføres. Det ene er, at der er et behov. Og det må der være, for ellers er du jo ikke i markedet. Det andet er, at kunden har et ønske om at gå ind for dine produkter og ydelser. Derfor kan man sige, at salgets udfordring er at slå en bro mellem kundens behov og til at gøre det til et ønske oppe i hjernen. Derfor er du som sælger professionel ønskeskaber.



Forudsætninger for køb

Figur 24: Broen mellem ønske og behov skabes ved at sælge fordele. Der er ingen, der køber eller siger ja til dig, hvis de ikke kan se, hvad de får ud af det. Derfor handler købsmotiver om, hvordan du motiverer kunden til at se de fordele, der er ved dit produkt.



FFU og købsmotiver

Se videoklipet “FFU og købsmotiver”:

www.detgodesalg.dk/video_FFU-koebsmotiver



Rådgivende salg

Se videoklipet “Rådgivende salg”:

www.detgodesalg.dk/video_raadgivende-salg

I militæret underviser man i situationsbestemt ledelse. Dygtige sælgere har for længst opdaget, at ingen kunder er ens. Snarere tværtimod. Derfor kunne vi kalde dette situationsbestemt salg. Du må altså finde ud af, hvad det er for nogle motiver, der motiverer kunderne mest.

Grundlæggende set findes der to sæt motiver, nemlig de fornuftsbetonede og de følelsesbetonede.

De fornuftsbetonede købsmotiver

- Økonomi
- Nytteværdi
- Sikkerhed
- Helbred

Økonomi

Prisen spiller en rolle, og forbrugerne bliver mere og mere krævende. De vil have både kvalitet, høj service og helst også til den laveste pris. Det siger sig selv, at det ikke kan lade sig gøre. Men prisen spiller en vigtig rolle for den professionelle beslutningstager. Derfor må man forklare, hvad det betyder. Kan kunden spare nogle penge? Kan han tjene nogle penge? Kan han få en bedre økonomi ved at handle med dig?

Det kan vendes til et positivt økonomiargument for kunden. Pris er vigtig, og du skal kunne forholde dig til den. Prisen må aldrig stå alene, for det er jo “straffen”. Du skal altid give kunden et par fordele, som berettiger prisen.