

# Salgets tre faser

I disse kampanjetider kan det kanskje være av interesse å minne om salgets tre faser samt gi noen tips og ideer: Salgsarbeidets tre faser er den forberedende, den gjennomførende og den avsluttende – og alle tre faser har sin viktige betydning for å oppnå suksess.

I den forberedende fasen må du se til at du er grundig forberedt hver eneste gang du gjennomfører et salgsmøte. Det har kunden krav på hvis du skal oppta vedkommendes tid. Tenk gjennom hvilke argumenter som er mest relevant for denne kunden, hvilke innvendinger som kan komme, hvem det er naturlig at han eller hun vil rådføre seg med (slik at du tidlig i samtalen kan trekke inn også denne personen), hva som vil være et naturlig resultat av møte o.l.

Den gjennomførende fasen er der du står ansikt til ansikt med kunden. La hele din

presentasjon, din argumentasjon og din vennlige opptreden ha som det naturlige mål at kunden skal beslutte seg for å kjøpe. La din presentasjon være levende og bære preg av at du har gjort din hjemmeløse og at du har forhåndskunnskap om kunden. Men det er også viktig å kunne tie stille, lytte, ta notater, oppsummere. Ikke prat deg bort fra ordren! Gi rom for ettertanke.

Den suksessfulle selger har en vilje til å forstå sin kundes synspunkter og lar seg ikke irritere over innvendinger, men benytter tvert imot innvendingene til å skape en positiv salgsatmosfære. For en innvending er ofte et kjøpsignal -- som den dyktige selger oppfatter og den middelmådige selger lar gå hus forbi. Din psykiske styrke gir deg suksess i salget og kommer til syne i din evne til å bringe temaer opp på bordet – temaer som kunden kunne ha brukt som innvendinger, men som du elegant håndterer før en slik situasjon oppstår.

Så er tiden inne for å «be om ordren». Altfor mange selgere kommer fullstendig ut av rytmen i denne viktige fasen. Man vil så nødig ødelegge den gode og litt uforpliktende stemningen ved å be om en avgjørelse, man prater i håp om at kunden selv vil be om å få kjøpe.

Ta styringen! Kunden har forlenget forstått hvorfor du er der. Etter din gode analyse av kundens behov, dine tilpassede argumenter og førsteklases produkter, er det klart at kunden skal kjøpe. Men det kan være på sin plass å gi et par alternativer om ulike forsikringstyper, spareordninger, størrelsen på månedlig sparebeløp og lignende. Få samtalen over på valg mellom disse alternativer, istedenfor om kunden skal ha produktet. Ett tips til: Ha tegnings-/ kjøpsblanketten lett for hånden. Bruk den som en naturlig

huskeliste og noter ned det dere blir enige om underveis. Jeg har sett mange kunder trekke seg når jeg skulle «stupe» ned i vesken etter kjøpsblanketten. Det osrer av at nå er tiden inne for å ta en avgjørelse, og en pulsmåler hos både kjøper og selger ville ha avslørt at dette oppleves som unødvendig stressende.

Den siste fasen i salget er den avsluttende, og det er nå du sikrer din fremtid som selger. Det er nå du skal skape goodwill -- slik at du er velkommen til neste salgsmøte og blir anbefalt til kundens venner, kolleger og bekjente! Den usikre og middelmådige selger hopper over denne fasen og føler at det er om å gjøre å komme seg ut i frisk luft. Kunden kan jo finne på å ombestemme seg. Den dyktige selger, derimot, har den nødvendige sinnsro. Han eller hun opptrer som om salget var den mest naturlige sak av verden, og bekrefter for kunden at det var et klokt kjøp. Den dyktige selger «sementerer» salget etter at det formelt er over, ved å oppsummere litt og sikre seg at kunden er meget godt fornøyd med avgjørelsen. Tiden er nå inne for å få «referanse-kunder», som jeg skrev om i en tidligere utgave av «Magasinet».

Den dyktige selger ringer også jevnlig kunden uten å selge noe. Det kan være for å forsikre seg om at alt ble ordnet som avtalt eller for å fortelle om en artikkel man har lest som er av interesse for den bransje eller hobby kunden har. Kunden vil oppfatte deg som det varme og engasjerte mennesket du jo er, og ikke bare en velsmurt salgsmaskin.

GODT SALG

Steinar W. Næss  
steinar.naess@odinfond.no



Steinar Næss skriver om salgets tre faser i denne artikkelen. (Foto: Jack Djupvik)