



Många menar att försäljning på inkommande samtal bara handlar om att ge medarbetarna rätt säljkompetens. Jag säger inte emot. Det finns många säljutbildningar som lär medarbetarna relevanta kunskaper. Jag tänker främst på förmågan att styra och kontrollera ett samtal med relevanta frågor.

# FÖRSÄLJNING PÅ INKOMMANDE SAMTAL ÄR LÄTT... ELLER...?

**Helhetssyn.** Genom att ställa relevanta frågor löser du kundens ärende på ett effektivt sätt och kan sedan presentera något nytt för kunden. Lösningen förutsätter att du vet varför kunden ringer till er.

## Nyttig utmaning

Har ni någon gång lagt försäljningskurvan över snittväntetidskurvan varje dag en vecka? Jaså, inte! Prova och se hur er försäljning påverkas av långa kötider.

Det är svårt att sälja till en kund som under de senaste tio minuterna har hört en mekanisk röst säga "Ni är fortfarande placerad i kö, ni har plats 52 i kön, vi gör allt för att svara på ditt samtal så fort som möjligt ...".

I värsta fall måste kundmottagaren be om ursäkt för de långa väntetiderna och redan där hamnar man i underläge. All säljutbildning i världen är verkningslös om kunderna inte kommer fram inom rätt tid och får sitt ärende löst. Bästa sättet att öka försäljningen i ett sånt läge är att förbättra tillgängligheten.

## Tävling kan vara en bra start

En annan sak jag ofta möter när jag pratar om försäljning på kundservice är att många tror att jag menar "månadens säljtävling". Tävlingar är en bra start när man börjar titta på försäljning. En jag gillar är "Sänka skepp", där kundmottagaren får olika mycket poäng (\$ bonus) beroende på hur stora skeppen på spelplanen man har framför sig är. De stora skeppen är givetvis de produkter eller tjänster som är svåra att sälja och de små skeppen är de enklare. En annan variant är "Elitserien/Allsvenskan". Man tävlar mot en annan medarbetare och den som har mest försäljningar eller avslut vinner matchen. En bra variant när man vill få igång engagemanget hos ett tävlingsinriktat gäng!

Tävlingar är bra för att på kort sikt öka motivationen, helt klart. Men hög försäljning över tid är lite svårare. Det finns ofta förutfattade meningar kring försäljning över telefon. Det finns en kultur där man



FOTO: RIKSPOLISSTYRELSEN

tror att försäljning inte "passar in". "Vi arbetar med Service, inte Sälj". Här kommer helhets- eller helikopterperspektivet in. När man lyfter upp blicken ser man också att det finns saker som måste finnas på plats! De företag i Sverige och Norden som är mest framgångsrika när det gäller försäljning vet hur kötider, tappade samtal och upplklaringsprocent påverkar försäljningen under ett år. De vet också vikten av att hitta rätt säljutbildning och vilken typ av förarbete som krävs för att utbildning ska ge genomslagskraft.

## Först beta av kön, sedan försäljning

Vi har pratat mycket om kunden och kötider. Sett ur medarbetarens perspektiv blir försäljningsmomentet också lidande när väntetiderna är långa. Siffrorna på skärmarna i lokalen är röda och man vet att så fort man avslutat samtalet kommer det en ny kund som väntat länge. Situationen blir stressande. Metodik med relevanta frågor som ska styra samtalet tas över av viljan att jobba ner kön.

Tänk helhet när det gäller försäljning på inkommande samtal. Det är först när helheten är större än summan av delarna som man lyckas.

## HAR DU FRÅGOR OM FÖRSÄLJNING?

Som vanligt, har ni frågor eller funderingar kring försäljning så tveka inte att kontakta mig på [kent.norman@linkmagazine.se](mailto:kent.norman@linkmagazine.se)! Hälsningar Kent