

10 konkrete salgstips for B2B

Takket være en stor salgsorganisation og tusindvis af kunder har vi hos Lime lært det meste inden for B2B-salg. Det ville være ret egoistisk, hvis vi holdt denne nyttige viden for os selv, hvorfor vi har udarbejdet denne poster med 10 konkrete tips – de vil gøre dig til en bedre sælger. Kom så!

1

Beregn din aktivitetstrappe

Hvilke skridt skal du tage for at afslutte en handel? Hvad er din hit rate, og hvad er dit gennemsnitssalg værd? Sæt tal på hvert trin i salgsprocessen og find ud af, hvor mange aktiviteter du skal igangsætte på et år. Det gør salget mere konkret og håndterbart!

Lad os sige, at du sælger for 1,5 millioner kroner, og dit gennemsnitssalg er 75.000 kroner værd. Det betyder, at du skal lukke 20 handler. Hvis du har en hit rate på 50% i hvert trin, bevirker det, at du er nødt til at afgive 40 tilbud, 80 opfølgende besøg, 160 førstegangsbesøg, 320 opkald for at booke møder og 640 prospektopkald.

2

Arbejd struktureret med cold calling

Først og fremmest: Sørg for at afsætte tid i kalenderen til at komme i gang. Sammensæt en gennemtænkt ringeliste og notér relevante referencer. Forbered dig mentalt ved at samle potentielle indvendinger og svar i et manus eller lignende.

3

Udnyt pain selling

Pain selling handler om at identificere og konkretisere de problemer, som en potentiel kunde står med, inden du præsenterer dit produkt/service som løsningen. Det lyder simpelt, men mange kan ikke klare "smerten" (kognitiv dissonans) og lukker øjnene for problemerne. Mange vil dog gerne være rationelle – og hvis du kan hjælpe dem med det, har du meget at vinde!

4

Kvalificér dig korrekt med de 4 B'er

Priorité din tid på den rigtige måde ved hjælp af salgsverdenens 4 B'er: Behov, beslutningstagere, beslutningsproces og budget. Du bør bruge din tid og energi på de virksomheder, du kan hjælpe (matchning af behov), hvor du har fat i beslutningstagerene, hvor der er et fastlagt budget, og hvor du har kontrol over beslutningsprocessen.

5

Vov pelsen – forhør dig om nye virksomheder

Der er minimum tre situationer, hvor du ALTID skal følge op: Kundebesøg, cold calling og opfølgende opkald til eksisterende kunder. Spørg, om den person, du taler med, muligvis kender en anden, der (også) har brug for dit produkt/service? Du har intet at tabe!

6

Følg hurtigt op på indkommende leads

Hvem har besøgt hjemmesiden? Har de mulighed for at kontakte dig? Udnyt de indkommende leads gennem smarte værktøjer og agér på subtile, men vigtige købssignaler. Det skal gå hurtigt! Hvis du ringer til leads inden for 60 minutter, er det 7 gange mere sandsynligt, at du får et meningsfuldt opkald, sammenlignet med hvis du ringer efter en time.

Kilde: "The Short Life of Online Sales Leads" / Harvard Business Review

7

Find "tvillingerne" for dine bedste kunder

At lave en tvillingeanalyse indebærer, at du vælger en af dine bedste kunder og derefter finder lignende virksomheder og begynder at bearbejde dem. Der findes salgsværktøjer, som kan hjælpe dig med dette, og du får et match på blot et par sekunder.

Men hvorfor lave tvillingestudier? Jo, fordi: A) Du forstår allerede problembilledet i en bestemt branche eller for en bestemt type virksomhed og har løsningen på det. B) Du har en vane fra lignende virksomheder og bliver dermed mere selvsikker i din kontakt med nye leads. C) Du har relevante referencer, der fører dig et par skridt fremad på troværdighedstrappen.

8

Brug massebearbejdning

Massekommunikation er død... eller? Nej, du kan stadig bruge det effektivt i din salgsproces! Inviterer du eksempelvis helt nye kontakter til et seminar, bemærker du hurtigt, hvor der er forretningspotentiale, og hvor der ikke er. Massebearbejdning kan også anvendes nærmere afslutningen og til mersalg til eksisterende kunder. Så længe reaktionerne er målbare, er det en effektiv måde til at bestemme, hvad der er "hot or not"!

9

Se potentialet i din kundekreds

Vidste du, at det er meget billigere og mere effektivt at fastholde og sælge mere til eksisterende kunder end at jage nye? Et tip er at segmentere dine kunder ud fra loyalitet og potentiale/budget. Placér dem i en matrix og fokusér på kombinationerne høj loyalitet + stort potentiale og lav loyalitet + højt potentiale.

10

Hav altid "forretningsbriller" på

Generelt kan man sige, at en god sælger ALTID er på udkig efter nye tilbud. Bemærk de firmabiler, der passerer, tjek avisannoncer (har de råd til at annoncere, har de nok også råd til dine produkter/tjenester), følg grupper på de sociale medier og se efter skilte i de store forretnings-/ industriområder... Der findes forretningsmuligheder overalt!