

10 konkreta säljtips för B2B

Med en stor säljorganisation och tusentals kunder har vi på Lime lärt oss det mesta inom B2B-försäljning. Eftersom det vore ganska oschysst att behålla det för oss själva, så har vi gjort den här postern med 10 konkreta tips som gör dig till en bättre säljare. Kör hårt!

1

Räkna ut din aktivitetstrappa

Vilka steg måste du ta för att stänga en affär? Vad är din hit rate och vad är genomsnittsaffären värd? Sätt siffror på varje steg av säljprocessen och räkna ut hur långa aktiviteter du behöver göra under ett år. Det gör försäljningen mer konkret och hanterbar! Låt oss säga att du ska sälja för 1,5 miljoner och att din genomsnittsaffär är värd 75 000 kr. Det innebär att du behöver stänga 20 affärer. Om du har en hit rate på 50% i varje steg innebär det att du måste göra 40 offerter, 80 uppföljningsbesök, 160 förstagångsbesök, 320 samtal för att boka möten och 640 prospekteringsamtal.

2

Arbeta strukturerat med kallringning

Först och främst: Se till att avsätta tid i kalendern för att få ändan ur vagnen. Sätt samman en genomtänkt ringlista och notera relevanta referenser att lyfta fram. Förbered dig även mentalt genom att samla potentiella invändningar och svar i ett manus eller ringträd.

3

Utnyttja pain selling

Pain selling handlar om att identifiera och konkretisera de problem som en potentiell kund har, innan du presenterar din produkt/tjänst som lösningen. Det låter simpelt, men många klarar inte av "smärtan" (kognitiva dissonans) av att blunda för problemen. Människor vill vara rationella – och kan du hjälpa dem med det har du mycket att vinna!

4

Kvalificera med 4 B:n

Prioritera din tid på rätt affärer med hjälp av försäljningens 4 B: behov, beslutsfattare, beslutsprocess och budget. Du vill lägga din tid och energi på de bolag du kan hjälpa (behovsmatch), där du har med dig beslutsfattarna, där det finns en avsatt budget och där du har koll på beslutsprocessen.

5

Våga fråga om nya affärer

Det finns minst tre situationer då du ALLTID ska be om nya prospekt: kundbesök, kalla samtal och uppföljningssamtal till befintliga kunder. Fråga om personen du pratar med möjligtvis känner någon annan som (också) behöver din produkt/tjänst? Du har inget att förlora!

6

Följ upp inkommande leads snabbt

Vilka prospekt har besökt hemsidan? Har de möjlighet att kontakta dig? Ta tillvara på inkommande leads genom smarta verktyg och agera på subtila, men viktiga, köpsignaler. Det gäller att vara snabb! Ringer du ett leads inom 60 min är det sju gånger så sannolikt att du kommer ha ett meningsfullt samtal, jämfört med om du ringer efter en timme.

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

7

Ha alltid "affärsglasögonen" på

Generellt kan man säga att en bra säljare ALLTID letar efter nya affärer. Notera företagsbilar som kör förbi, kolla in tidningsannonser (har de råd att annonsera i DI, har de nog råd med dina produkter/tjänster), följ grupper på sociala medier och spana på skyltarna i stora företags-/industriområden... Affärsmöjligheter kan finnas överallt!

8

Använd massbearbetning

Masskommunikationen är död... eller? Nej, du kan fortfarande använda det effektivt i din säljprocess! Bjuder du t.ex. in helt nya kontakter till ett seminarium märker du snabbt var det finns affärspotential och inte. Massbearbetning kan också användas närmare avslut och för merförsäljning mot befintliga kunder. Så länge reaktionerna är mätbara, så är det ett effektivt sätt att avgöra vad som är "hot or not"!

9

Se potentialen i din kundkrets

Visste du att det är betydligt billigare och effektivare att behålla och sälja mer till befintliga kunder än att jaga nya? Ett tips är att segmentera dina kunder utifrån lojalitet och potential/budget. Placera in dem i en matris och lägg mest energi på "Kassakor" (hög lojalitet, hög potential) och "Högvilt" (låg lojalitet, hög potential).

10

Ta fram "tvillingar" till dina bästa kunder

Att göra en tvillinganalys innebär att du plockar ut en av dina bästa kunder och tar fram liknande företag att börja bearbeta. Det finns säljverktyg som hjälper dig med detta (Lime Go till exempel) och gör matchningen på några sekunder.

Men varför tvillinganalyser? Jo, därför att: a) Du förstår redan problembilden i en viss bransch eller för en viss typ av företag och har lösningen på den, b) Du har en vana från liknande affärer och blir därmed mer självsäker i din kontakt med nya leads, och c) Du har relevanta referenser som tar dig några steg framåt på trovärdighetstrappan.