



# Få fler affärer med goda kundrelationer

eBook

[dalecarnegie.se](http://dalecarnegie.se)



# Få fler affärer med goda kundrelationer

Som Dale Carnegie uttryckte det, *“Om du strävar efter att bli en bra konversatör, var en uppmärksam lyssnare. För att vara intressant, var intresserad. Ställ frågor som den andra personen tycker är roliga att svara på.”*

Att lyssna aktivt och vara uppmärksam på människors kroppsspråk hjälper dig att skapa bra frågor. Frågorna hjälper dig att fokusera på budskapet som du vill ge köparen. Försök att ställa öppna frågor som får kunden att tala. Det ger dig större möjlighet att förstå vilka behov kunden har och det skapar rätt förutsättningar för en bra relation.

Under processen med uppföljning av leads och prospektering är det viktigt att lyssna och ställa frågor. Genom ökad förmåga att lyssna och ställa frågor kommer du ett steg närmare målet. För att tilltänkta köpare ska vilja bli kunder, måste du utveckla en relation som ger värde till kunden.

Dale Carnegie sa, *“Tusentals säljare kämpar för att få sälja, många är trötta, pessimistiska och underbetalda. Varför? För att de alltid tänker på vad de själva vill. De inser inte att varken du eller jag vill köpa något. Om vi ville det, skulle vi gå ut och köpa det. Men vi har båda en ständig önskan om att hitta lösningar på våra problem. Och om säljare kan visa oss hur deras service eller produkt kan hjälpa oss att lösa våra problem, så behöver de inte sälja till oss. Vi kommer att köpa. Och kunder vill känna att det är de som köper—inte att någon säljer.”*

Den här tidlösa insikten är mer relevant än någonsin. Idag har kunderna oändlig tillgång till information, inklusive uppgifter om produktspecifikationer och priser, kundrecensioner och mängder av rekommendationer från vänner och bekanta i sociala medier. Det massiva och lättillgängliga informationsflödet gör förmågan att skapa relationer med kunder till en säljares största konkurrensmedel.

“

Tusentals säljare kämpar för att få sälja, många är trötta, pessimistiska och underbetalda. Varför? För att de tänker på vad de själva vill. De inser inte att varken du eller jag vill köpa något. Om vi ville det, skulle vi gå ut och köpa det.”

- Dale Carnegie



# 5 Steg som skapar goda relationer med kunder

**Dale Carnegie Training är ledande i att utveckla säljare som använder relationsorienterade säljtekniker för att överträffa säljkvoter, utöka affärer och skapa säkra och långsiktiga flöden av affärer.**

## 1 Skapa värde

Kunderna vill veta vad du kan göra för dem, lösa deras problem eller hjälpa dem dra fördel av nya möjligheter. För att kunna ge värde, måste du först förstå vad det är kunden verkligen vill. Att lyssna och ställa frågor har vi nämnt tidigare, men du behöver samla information också. När du har tillräckligt med information, ska du försöka se saker ur kundens perspektiv. Det hjälper dig att avgöra var du kan tillföra störst värde. Oavsett om du försöker hitta rätt typ av service eller anpassa en metod för att möta kundens önskemål, bör du alltid fråga dig själv, "Hur ger jag värde till kunden?"

## 2 Fakta och fördelar

Fakta och fördelar är ett sätt att ge värde, men ibland förlitar sig säljare alltför mycket på dessa faktorer. Genom dina frågor bör du ta reda på om en kund har besökt ditt företags webbsida och fått en översikt av er produkt/service. Du behöver också anpassa ditt sätt att presentera produkten/service efter kunden. Dale Carnegie menade, "Att endast berätta sanningen är inte tillräckligt. Sanningen måste göras levande, intressant och dramatisk." Ett intresseväckande sätt att presentera fakta, fördelar och produktlösningar är att berätta en story. Det är lättare för kunden att uppfatta och komma ihåg fördelarna och lösningen när de är mittpunkter i en story. I Dale Carnegies säljprogram lär du dig att utveckla och presentera en story på ett säkert och naturligt sätt, med en snabb och enkel metod.

När du använder fakta och visar vilket värde din organisation eller produkt har, kom ihåg att fakta är specifika och sanna beskrivningar som går att bevisa. Fördelar är korta, tydliga beskrivningar av hur kunder kan använda och få nytta av din lösning eller produkt. Ibland behöver du kanske styrka dina fakta eller beskrivningar med bevis. Var alltid förberedd på att göra det.

## 3 Kvalifika- tionsfrågor

Var försiktig när du ställer kvalifikationsfrågor. Det är frestande att försöka kvalificera kunden genast, men det är viktigt att inte ställa för många av den här typen av frågor på en gång eller för tidigt i processen. Det kan stöta bort en potentiell köpare. Men du vill heller inte slösa bort vare sig din eller kundens tid på en produkt eller lösning som kanske inte skulle passa. Se saken från köparens perspektiv och utforma din fråga på ett sätt som ger svar på kundens frågor och dina kvalifikationsfrågor på samma gång. Då undviker du att lägga tid på möten och samtal med människor som sannolikt inte kommer att köpa något eller på personer som inte har befogenhet att ta ett köpbeslut.

### Behovsanalys

- **Viktigaste orsaken:** Kunderna vill köpa resultatet av vad din lösning kan åstadkomma: större genomslagskraft, ökad effektivitet, säkerhet, bekvämlighet och flexibilitet.
- **Köpkrav:** Om vi inte kan möta köparens kriterier, kommer kunden inte att gå vidare i processen. Funktion, budget, support, lokalisering och kvalitet är några av kriterierna som kunderna frågar efter.
- **Personliga motiv:** Personliga motiv: Känslomässiga orsaker som får kunder att ta ett köpbeslut: Relationer, erkännande, egen utveckling, självbevarelsedrift och makt.
- **Väg risker mot fördelar:** Jämför förlusten med att inte agera, med vinsten kunden får om han/hon agerar: måla upp en bild för att sammanfatta värdet av lösningen.

Du måste fråga efter affären. När du skapar en bra relation kommer det kännas mer som en fråga om att bli samarbetspartners, istället för ett tillfälle där du frågar "vill du köpa något av mig?" Du kan ställa en direkt fråga eller be kunden välja mellan två alternativ. Använd den metod som känns mest naturlig för situationen.

## 4 Få ett åtagande

### Måla upp en bild

Människor köper saker av många olika anledningar, både rationella och känslomässiga faktorer har betydelse. Att måla upp en bild är en bra metod att sammanfatta värdet på din lösning. Samtidigt som du aktiverar köparens känslor och skapar en känsla av angelägenhet, minskar du risken för att kunden skjuter upp köpbeslutet.

### För att kunna måla upp en effektiv bild, måste du:

- Påminna kunderna om att de saknar de fördelar som din lösning ger och få dem att instämma.
- Påminna kunderna om att din lösning kan hjälpa dem att få dessa fördelar.
- Måla upp en bild som "visar" på vilket sätt kunden använder lösningen, hur han/hon uppskattar och får nytta av den.

## 5 Göra uppföljning och hantera kundrelationer

Uppföljningsprocessen är nästan lika viktig som din förmåga att få ett avslut på en affär. Det är mycket lättare att behålla och utveckla befintliga kunder än att hitta nya. Du måste alltså ge lika bra service och vara lika tillgänglig för kunden som du var före försäljningen!

Uppföljningar och artighetssamtal/besök är också bra tillfällen att identifiera kommande möjligheter, få hänvisningar och upptäcka eventuella stötestenar innan de blir stora problem.

Inte ens den mest proaktiva säljaren kan förutse alla kunders svårigheter eller lösa varje problem som kan tänkas dyka upp. Vi är inte mer än människor och alla begår misstag. Som säljare behöver du ha effektiva verktyg som hjälper dig att hantera dessa kundproblem/frågor och klagomål.

Vid många tillfällen kommer du att få möjlighet att ge extra service och hjälpa din kund, det kommer att öka deras förtroende för dig, vilket stärker relationen Dale Carnegie kallade det "att göra lemonad av en citron".

### Säljguide - Hantera kundproblem

**Lyssna:** Lyssna efter fakta och motstå instinkten att svara för snabbt. Människor vill veta att någon lyssnar på deras funderingar. Det här är en viktig insikt.

**Fråga:** Ställ frågor för att klargöra funderingar. Det förstärker känslan av att du lyssnar och hjälper dig att förstå kärnan till problemet bättre.

**Stötdämpare:** Visa empati och instäm med något som personen säger. Visa att du har hört och förstått vikten av det.

**Erbjud mer hjälp:** Rikta samtalet bort från klagomålet genom att fråga om det är något mer du kan göra för kunden. Se misstag som möjligheter att stärka relationen och öka kundens lojalitet.

**Hantera problemet:** Gör allt du kan för att lösa den praktiska delen av klagomålet. Kunden upplever dig då som en problemlösare.

*"Om säljare kan visa oss hur deras service eller produkt kan hjälpa oss att lösa våra problem, så behöver de inte sälja till oss. Vi kommer att köpa. Och kunder vill känna att det är de som köper - inte att någon säljer." - Dale Carnegie*

**"För att vara intressant, var intresserad."**  
- Dale Carnegie