

# 5 TIPS FÖR ATT PÅVERKA KUNDEN I RÄTT RIKTNING



## 1. VAR RELEVANT I HELA KUNDENS KÖPRESA

Idag har säljare svårt att påverka kunden innan man pratat med kunden. En vanlig situation är att kunden väljer att ta kontakt med säljare när klockan är "fem-i-tolv".

Då har många kunder redan avverkat en stor del av sin beslutsprocess eller "kundresa" digitalt. Det gäller därför i hög grad att **för**påverka kunderna innan de tar kontakt med dig som säljare. Annars har du en bestämd kund som inte nödvändigtvis är speciellt lojal mot dig eller din produkt/tjänst.

Om du är "too late to the party" kommer du ha svårt att göra annat än att ägna dig åt att ta emot ordrar. Därför är det viktigt att samverka med din målgrupp i dina sociala kanaler, där du kan påverka med relevant innehåll (content) för din målgrupp och på så vis också styra kundernas intresse till dig och ditt företag.



## 2. PLANERA FÖR VAD DU VILL UTRÄTTA I DINA KUNDERS HJÄRNOR

Det är stor skillnad på vilken typ av content du ska sprida beroende på om du vill skapa intresse och uppmärksamhet, bygga minne eller trigga olika önskvärda beteenden hos kunderna.

Här gäller det att ha en medveten och taktiskt handlingsplan och inte endast dras med i ett spontant infall som inte är speciellt genomtänkt.

Lite som att en fotbollsspelare bör ha en medveten "adress" för var bollen ska sparkas...



### 3. VAR "PROBLEM CENTRIC" INTE "PRODUCT CENTRIC"

Om du ska vara relevant idag, så är det inte produkten eller tjänsterna kunderna är mest intresserade av. I alla fall inte i början av köpresan. De är inte ens intresserade av dig eller ditt bolag i någon nämnvärd mening.

De är intresserade av vad som kan lösa deras problem! Se därför till att fokusera på problemet.

Undersökningar visar att **75% av kunderna** idag inte tycker att säljaren tillför något i ett möte, eller väldigt lite.

Vad finns det då för anledning att kunden talar med en säljare överhuvudtaget? Se till att addera ett mervärde i mötet med kund. Var inte som de 75% som (enligt kund) verkar vara irrelevant.



## 4. VEM VILL DU VARA I DINA SOCIALA KANALER?

Tänk hela tiden på ditt varumärke och vad du vill betyda för dina kunder. Är du trovärdig och likeable så ökar dina chanser att göra affärer.

Undersökningar visar att våra hjärnor påverkas när en auktoritet eller trovärdig person talar, genom att de delar i hjärnan som hanterar beslut går ned i ett slags strömsparläge. När t. ex. din tandläkare uttalar sig, så nickar du och tar in det hen säger därför att du litar på din tandläkare som i sin yrkesroll förefaller trovärdig och pålitlig.

Därför kommer du inte vara skeptisk till läkarens utlåtande om hen säger att du måste göra en rotfyllning...

Tänk om du kunde ge dina kunder samma känsla av expertis och trovärdighet. Då kommer de lyssna på dina råd eftersom deras hjärnor går ner i strömsparläge...



## 5. LOCKA SNABBT TILL DIG UPPMÄRKSAMHET

På sociala medier har du inte mycket tid på dig att få uppmärksamhet. På Facebook har du endast 2,4 sekunder att pocka på uppmärksamheten ifrån den demografiska gruppen "Boomers" (människor över 60 år).

Det är lång tid jämfört med personer under 20 år, som du tappar efter 1 sekund! Du måste alltså ha en ordentlig intresseväckare i någon form, som gör att dina kunder stannar upp och riktar sitt fokus mot ditt content.

Om du ska vara väldigt taktisk måste du också ta hänsyn till de olika intellektuella systemen du har i din hjärna, som kommer respondera på olika sätt beroende på content.

Försäljning är amatörernas sista arena, och vill du vara relevant och finnas kvar så måste du lära dig att **för**påverka kunderna innan de väljer att träffa dig. Idag är det kundernas marknad.

# DIGITAL FÖRSÄLJNING

Få eftertraktad kompetens  
för en framgångsrik karriär  
som säljare.

Här utvecklar du både  
strategiska och operativa  
färdigheter inom  
försäljning, påverkan,  
kundresor, köpprocesser  
och digitala kanaler.

[TILL UTBILDNINGSSIDAN →](#)