



Egentligen är vi alla säljare, vi kommunicerar, påverkar och övertygar både på jobbet och i privatlivet, men kanske är vi inte medvetna om detta. I den här artikeln delar föreläsaren och coachen **Johan Dahl** med sig av några av sina lärdomar kring försäljning. Läs om nya perspektiv på kommunikation, definitioner och attityder samt framgångsfaktorer – hur gör de allra bästa?

Jag är ju ingen säljare.” Det var bland det första Petra sa när jag träffade henne första gången. Efter mer än 15 år som sjuksköterska i landstingsvärlden var hon nu på väg att förverkliga sin dröm om ett eget företag. Utöver ovissheten om hur det skulle gå, hade Petra en hindrande inställning till försäljning. Tvärt emot hennes egen uppfattning visade det sig att Petra var en fantastisk säljare och hennes dröm om ett eget företag övergick snart till framgångsrik verklighet.

I min värld är vi alla säljare. Vi kommunicerar, påverkar och övertygar både på jobbet och i privatlivet så frågan är inte om du är säljare eller inte – frågan är hur bra du är på det! Kanske du liksom Petra är en fantastisk säljare, men

att din definition av vad försäljning är hindrar dig från ännu bättre resultat?

Nya perspektiv på kommunikation – det här har du nog inte tänkt på tidigare

Det var sommar och jag funderade över framtiden. Efter 10 år med företaget som jag var så stolt över kände jag att jag ville vidare, få ny energi och ta verksamheten till nästa nivå.

Jag hade startat företaget utan några andra resurser än en idé, massor av energi, vilja och erfarenhet från tidigare roller som företagare och ledare. Det fanns inga kunder, inget kapital och ingen som backade upp mig. Jo förresten,

en kompanjon fanns med i bilden från början men efter några år skildes vi åt och jag fortsatte på egen hand. Verksamheten hade utvecklats bra och vi var nu 15 medarbetare som med stolthet hjälpte flera kända svenska varumärken med sin kundkommunikation. Men hur kommer man till nästa nivå? Jag kunde ju inte jobba fler timmar så jag insåg att jag behövde göra på ett annat sätt.

En god vän och kollega gav mig ett råd:

– Johan, du är ju grym på försäljning och att inspirera människor men du sitter mest inne på kontoret, vänder papper och löser personalproblem ... Anställ en VD så att du kan fokusera på det du är bäst på!

Jag vet inte om du kan förstå hur mycket mod som fordras för att lämna över VD-ansvaret för sitt livsverk till någon annan, det är nästan som att franchisa ut sina egna barn ...

Efter en hel del funderande tog jag ändå mod till mig och följde rådet. En VD anställdes och jag fokuserade på kunderna. Resultaten lät inte vänta på sig. Vi ökade 40 procent på ett halvår, anställde mer personal och jag arbetade mindre. Mer gjort med mindre ansträngning – bra koncept, eller hur?

” Den inre kommunikationen påverkar vår attityd, vårt tillstånd, vår inställning och våra känslor vilket i sin tur formar vår externa kommunikation med omvärlden, våra val och beslut och i nästa steg våra resultat.

Bra och dåliga beslut

Strategiskt var det ett klokt beslut att anställa en VD. Dessvärre valde jag fel person. Det visade sig att min nya VD var en oärlig person, så samtidigt som jag for runt och inspirerade människor och tog in nya affärer stal han pengar ur bolaget. Innan jag upptäckte vad som pågick var skadan redan stor och nu gällde det att rädda det sjunkande skeppet. Vi klarade inte av att betala skatterna, vi hade inte pengar till löner eller leverantörer och dessutom hade vi fått en del kvalitetsproblem när vi hade växt så kunder hörde av sig och var missnöjda. Jag jobbade mer än någonsin och det var bara kriser och problem på agendan. Jag tog mina sista besparingar för att rädda det som gick att rädda i mitt livsverk, men det var som att springa i kvicksand. Till slut gick det inte längre.

Jag försatte bolaget i konkurs. 24 personer blev arbetslösa och det var 24 personer som jag brydde mig väldigt mycket om. På ett sätt kände jag att jag svek dem. Leverantörer som jag hade jättefina relationer med förlorade pengar på mig och för mig som tycker det är viktigt att göra rätt

för mig blev det väldigt skamfyllt. Dessutom blev jag själv arbetslös, helt utan vare sig tillgångar eller inkomster. Jag hade inte ens A-kassa för det fanns inte i min världsbild att bli arbetslös – jag var ju en framgångsrik företagare! Verkligheten var en annan när jag fick sälja allt jag ägde och låna pengar av min dotter för att betala hyran.

Kvalitén på din kommunikation avgör kvalitén på ditt liv – håller du med mig?

Som jag ser det har vi en intern kommunikation med oss själva, en inre röst som tolkar, förklarar och bedömer oss, säger vad som är möjligt eller inte. Den inre kommunikationen påverkar vår attityd, vårt tillstånd, vår inställning och våra känslor vilket i sin tur formar vår externa kommunikation med omvärlden, våra val och beslut och i nästa steg våra resultat.

När allt var som jobbigast efter konkursen hörde jag en inre röst som var riktigt tuff:

– Du är ju helt värdelös! Hur kunde du rekrytera en gangster till VD? Du kan ju inte ens driva företag längre!

Dialogen jag hade med mig själv var så negativ och kritisk att jag till slut lyckades övertyga mig själv om att jag var värdelös som person. Jag utvecklade en depression och började fundera på att ta livet av mig.

Från framgångsrik entreprenör till självmordskandidat på ett halvår. Det går fort ibland.

Nya frågor ger nya svar

Jag har lärt mig att ställa bättre frågor vilket skapat helt nya resultat i mitt liv. Några exempel:

- Vad är bra med mig?
- Vad är jag tacksam för?
- Vad är jag stolt över?
- Vilka människor berikar mitt liv?
- Hur kan jag berika andra människors liv?
- Hur kan jag göra det allra bästa av den här dagen?

Vilka frågor ställer du till dig själv? Är du din bästa supporterklubb som peppar och stöttar dig och som får dig att vara ditt allra bästa jag eller är du din tuffaste kritiker, din sämsta hejarklack och värsta motståndare ibland?

Definitioner och attityder om försäljning

– vad hindrar och vad stärker?

Vad förknippar du ordet försäljning med? En del har väldigt negativa associationer till försäljning och ännu värre blir det om ordet telefonförsäljare nämns. Många har ett helt batteri med begränsande föreställningar om sig själva;

– Jag har så svårt att komma ihåg namn, jag har inget räknehuvud, jag är värdelös på språk, jag har ingen bollkänsla, jag kan inte sjunga, jag har sån otur, etc.

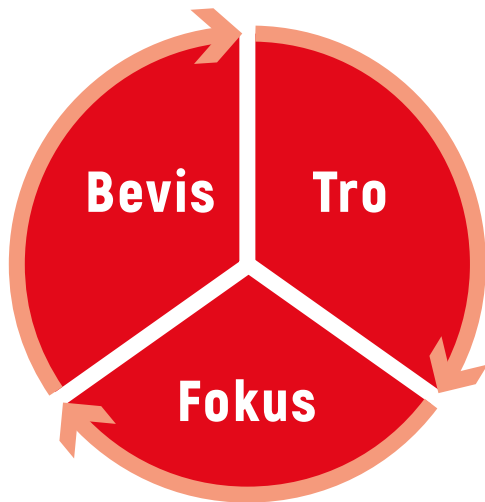
Jag har så svårt att komma ihåg namn

Stämmer den beskrivningen in på dig? Många säger i alla fall det och då brukar jag utmana och fråga:

– Minns du vad du själv heter? Din familj? Dina vänner? Dina arbetskamrater?

Tro det eller ej, men människor som säger sig ha svårt att komma ihåg namn bevisar snabbt att de egentligen är fantastiska på att komma ihåg vad andra heter.





Tror du att du har svårt att komma ihåg namn kommer du förmodligen att fokusera på det och göra det till din sanning. Med fokus på att du är dålig på att minnas vad människor heter kommer du snart att hitta bevis på att det stämmer – det räcker ju med ett missat namn så har du beviset i din hand! Med det beviset stärker du din egen övertygelse och så snurrar det vidare.

” Är du din bästa supporterklubb som peppar och stöttar dig och som får dig att vara ditt allra bästa jag eller är du din tuffaste kritiker, din sämsta hejarklack och värsta motståndare ibland?

Attityder till försäljning

Här följer några av de negativa ord som brukar dyka upp när jag ställer frågan om vad åhörarna tänker på när jag ber dem fundera kring försäljning:

- Påträngande
- Gåpåig
- Luras
- Snacka omkull
- Lyssnar inte
- Överdrivet klämkiäck
- Tar aldrig ett nej utan bara tjatar på
- Aggressiva
- Oseriösa
- Krängare
- Efterhängsna
- Håller inte vad de lovar
- Nasare
- Pratar oavbrutet

Känns de igen? Finns några av dem i din egen definition av försäljning?

Framgångsrik försäljning skapas av människor som är:

- Goda lyssnare
- Följsamma
- Ärliga
- Håller vad de lovar
- Behagliga, sociala, förstående
- Trovärdiga
- Kunniga
- Seriösa
- Korrekta
- Trevliga
- Goda relationsbyggare
- Professionella
- Positiva
- Förstår kundens behov

När du tänker dig själv som säljare – vilka tankar och känslor dyker upp då? Vilka är de mest negativa och hur tror du att de påverkar dig? Vilka är de mest positiva och hur kan du använda dem ännu bättre?

Att sälja är att hjälpa

Det jag själv utgår ifrån är att all försäljning syftar till att hjälpa kunden. Kan jag hjälpa min kund att lösa ett problem, tillgodose ett behov, uppfylla ett önskemål eller nå ett mål är det ju något positivt.

När jag föreläser, coachar eller utbildar i försäljning brukar just det här skiftet av ord göra stor skillnad för många deltagare. Den obehagliga känslan som kan finnas i begreppet ”sälja” tycks vara som bortblåst när ordet ”hjälpa” används istället.

Framgångsfaktorer – hur gör de allra bästa?

I dag finns mängder av forskning och studier som pekar på vilka egenskaper som är utmärkande för de som lyckas bäst inom försäljning. Alla svar är kanske inte helt samstämmiga men det finns några som allt som oftast dyker upp på ”topplistorna”.

7 nycklar till framgång i försäljning

Här följer 7 saker som de mest framgångsrika säljarna har gemensamt:

1. Ambition

De bästa säljarna har höga ambitionsnivåer – de vill mer. Personer med höga ambitionsnivåer är självgående, tar egna beslut, söker och hittar möjligheter där andra hittar problem, har ofta en positiv tro på framgång, gott självförtroende, är stolta och har siktet inställt på framtida mål och drömmar.

Without ambition one starts nothing. Without work one finishes nothing. The prize will not be sent to you. You have to win it.

Ralph Waldo Emerson

2. Empati

Att förstå och ha medkänsla med andra människor. Inte nog med att empatin stärker trovärdigheten, tilliten och därmed relationen människor emellan, den underlättar dessutom säljarens utformning av lösning eftersom den som säljer lättare kan sätta sig in i kundens situation.

Kunden bryr sig inte om hur mycket du vet innan hon vet hur mycket du bryr dig.

Okänd

3. Mental styrka

En sak är helt säker – dina tankar är helt avgörande för hur du mår och hur det går. Jag brukar lyfta fram tre underrubriker i ämnet mental styrka när det handlar om framgångsrik försäljning:

- Självkänsla – mitt upplevda värde av den jag är.
- Självförtroende – min tro på det jag gör.
- Förmågan att hantera press och stress.

Oavsett om du tror att du kan, eller om du tror att du inte kan, så har du rätt.

Henry Ford

4. Mod

De bästa säljarna vågar helt enkelt mer. De testar nya grepp, provar annorlunda infallsvinklar och söker ständigt efter förbättring hos sig själva. Är de orädda? Nej, knappast. De har nog alla haft samma rädslor som du och jag, men de har valt att utmana sina rädslor och våga göra lite mer än det stora flertalet som istället låter rädslan vinna.

Do the thing you fear most and the death of fear is certain.

Mark Twain

5. Hög aktivitet

När jag i unga år fick tips om hur jag bäst skulle lyckas i mitt företagande fick jag ett råd som etsade sig fast ordentligt: "Johan, kom ihåg att mängden kundkontakter avgör antalet affärer." Så här 35 år senare kan jag säga att jag inte blivit överbevisad om något annat en enda gång. Vill du göra fler affärer – träffa fler kunder. Detsamma gäller oavsett vad du säljer och hur du säljer det.

To succeed in sales, simply talk to lots of people every day. And here's what's exciting—there are lots of people!

Jim Rohn

6. Humor

Ett gott skratt förlänger livet, heter det ju. Läkaren och föreläsaren Nisse Simonson påstår att det är vetenskapligt bevisat att surkartarna lever 7,5 år kortare än optimisterna. Men det är inte bara livet som blir bättre av optimism, humor och skratt – även affärerna går bättre.

Vi umgås ju helst med människor vi tycker om och det är alltid lättare att tycka om människor som får oss att le.

Om du möter en människa som tappat sitt leende – ge henne ett av dina.

"Hockeyprofessorn" Tommy Sandlin

7. Mål

De bästa säljarna är skickliga på målarbete, de har tydliga mål och de skapar planer för att nå dem.

Alice i Underlandet blev stående framför ett vägskäl.

Mellan de två vägarna stod ett träd och i trädet satt en katt.

– Hej Katt, skulle du kunna tala om för mig vilken väg jag ska ta?

– Det beror på vart du ska?

– Det vet jag inte.

Katten tittade på Alice och tänkte efter.

– Då spelar det ingen roll vilken väg du tar.

Lewis Carroll

Boken om Alice publicerades första gången 1865 och spreds snabbt över världen. Författaren Lewis Carroll brukade också säga: Om du inte vet vart du är på väg kommer du att hamna någon annanstans!

Varför ha mål?

Brian Tracy är en av världens ledande auktoriteter inom försäljning och personlig utveckling och han säger att 80 procent av grunden till all slags framgång och lycka utgörs av tydlighet och mål. Bristen på tydlighet och mål ligger dessutom bakom frustration, stress, brist på energi och motivation samt känslor av meningslöshet och tomhet vilket ofta leder till både fysisk och psykisk ohälsa.

Kunskap är värdelös

... så länge den inte omsätts i handling. Vad tar du med dig från den här artikeln? Hur ska du använda det?

För din framgång



JOHAN DAHL

Föreläsare och coach, Johan Dahl Utveckling AB

Johan Dahl har startat och drivit ett tiotal företag i både framgång och motgång, alltid med säljresultat i toppklass.

I dag är Johan en efterfrågad föreläsare och coach inom försäljning, kundkommunikation och ledarskap. Han hjälper såväl individer som företag till nya resultat enligt devisen "det är när människor mår bra som företag går bra".

Johan har utsetts till Årets Mentor av ALMI Företagspartner, Årets Rådgivare av Ung Företagsamhet och nominerats till Stora Målpriset.