

Försäljning – ett hantverk med gamla traditioner och nya trender

Jag heter Anders och driver sedan 12 år tillbaka mitt eget bolag, Anders Björck AB (www.andersbjorck.se). Jag är inte hantverkare, (fast jag ”försöker” ibland snickra och renovera på sommarstugan nere i Blekinge) utan jobbar med dokumenthanteringsutrustning och skrivare för plastkortstillverkning. Att driva mitt eget bolag är oerhört spännande och utmanande, och speciellt området försäljning – marknadsföring ställer krav på att hänga med i trender och utveckling.

Liksom hantverkaren kräver riktiga verktyg, krävs det rätt ”verktyg” för att kunna marknadsföra sig och sälja sina produkter eller tjänster. Att vara unik och att kunna urskilja sig från de övriga i sin profession är idag en stor utmaning för många inom området sälj och marknadsföring.

Traditioner

Försäljning styrs idag fortfarande mycket av traditioner, och tankesättet att sälja eller ”kränga” lever till viss del kvar hos många människor idag. Fast det är ju livsviktigt för företag att kunna sälja sina produkter eller tjänster, om säljandet inte fungerar så överlever förmodligen inte företaget.

Hela företaget som säljavdelning

I en allt mer globaliserad värld fungerar det inte längre att lämna över säljandet och därmed överlevandet till försäljningsavdelningen, utan alla måste sälja indirekt, det tror jag kommer att vara av stor vikt framöver för våra företag i den allt tuffare konkurrensen. Att kunna engagera sitt företag och få alla anställda att förstå hur betydelsefullt det är att sälja och marknadsföra företagets varor eller tjänster.

Trender – kvalitet och kontinuitet

Att vidare använda sig av sitt företags kultur samt traditioner, att uppvisa en kvalitet och kontinuitet tillsammans med en egen personlighet, att våga vara annorlunda och använda flera eller nya försäljningskanaler, samt att hänga på nya trender är också väldigt viktigt. Det gäller att kombinera en kontinuitet i sitt säljarbete med att hitta nya lite nya grepp. Varför inte skicka sommarkort istället för julkort?

”Sunt bondförnuft” och äkta vara

Det kanske ses som många fina ord och självklart är det inte så lätt att tänka trender och nyheter, beroende på situationen och kontexten. Det kanske ändå är det ”sunda bondförnuftet” som är avgörande, i alla fall brukar det komma väl till pass. Att erbjuda äkta vara, både vad det gäller produkter och sitt sätt att uppträda, och att tala om detta för sina kunder på ett enkelt och trovärdigt sätt. Så att jobba med äkthet och hitta sin egen personliga säljstil, detta i kombination med att hänga



med i trenderna och kanske ha lite sunt bondförnuft, torde vara en lyckad mix för morgondagens säljavedelningar anser jag.

Nytt spännande MARÖ-program

Till sist skulle jag gärna vilja tipsa er om att gå in på MARÖ:s hemsida - www.marknadsforeningen.info - och kolla in höstens mycket starka program. Jag måste tipsa om första träffen i höst, (fast vi har ju en härlig sommar framför oss). Den 10 september, Utbildning - Att leda kreatörer, där Johan Zollitsch lär oss hur man hanterar kreativitet under tidspress och med många begränsningar. Jag kommer att vara där, var så säkra, hoppas vi syns då.

Trevlig sommar.

Anders Björck

MARÖ - Marknadsföreningen i Östergötland - är ett nätverk för alla som har ett aktivt intresse för marknadsföring.

MARÖ vill erbjuda sina medlemmar kompetensutveckling, samt ett forum för affärsmässigt och socialt nätverkande. Visionen är att bli det främsta forumet för marknadsförare i 4de Storstadsregionen.

MARÖ är en förening knuten till Sveriges Marknadsförbund och ingår därmed i ett landsomfattande nätverk för marknadsförare, kreatörer och kommunikatörer.