



FÖRETAGSSÄLJARE

LIKNADE YRKESTITLAR Account manager Exportsäljare Fältsäljare
Innesäljare Key account manager Säljare Telefonsäljare Utesäljare

En företagssäljare arbetar business to business, B2B, vilket innebär försäljning till företag och inte till privatpersoner. En företagssäljare kan arbeta med nykundsbearbetning, både via uppsökande kontakt och inkommande order, samt med befintliga kunder. Företagssäljaren kan nätverka, boka och genomföra kundmöten samt göra en behovsanalys för att på så sätt kunna presentera den bästa lösningen för kunden och säkra ett framgångsrikt samarbete. Om behov finns hos kunden kan företagssäljaren hålla i utbildningar av produktportföljen. Vidare säkerställer företagssäljaren att hela flödet fungerar för kunderna, från offert till beställning och leverans. Att planera, delta och genomföra kundaktiviteter så som mässor och andra sammankomster, kan bli aktuellt hos vissa arbetsgivare.

Inom B2B-försäljning finns olika roller beroende på hur företaget är uppbyggt. Förekommande roller kan vara Key Account Manager (KAM), Account Manager (AM), utesäljare/fältsäljare och innesäljare. KAM fokuserar oftast på nyckelkunder, de kunder som är viktigast för företaget. AM bearbetar ett antal kunder och ansvarar för att följa upp och utveckla affären.

Utesäljare/fältsäljare arbetar i första hand med att besöka kunder för att sälja företagets produkter eller tjänster. Körkort kan vara ett krav, då många fältsäljare jobbar utifrån ett visst distrikt där förflyttning mellan kunderna till stor del sker med bil.

Innesäljaren har kontakt med kunderna primärt över mail och telefon. En innesäljare kan arbeta med både inkommande och utgående samtal samt kundtjänstrelaterade arbetsuppgifter.



**vad
gillar
du?** det finns
inom
handeln

 **Handelsrådet**

Läs mer om företagssäljare och andra yrken inom handeln på:

www.yrkeskartan.se

KOMPETENSPROFIL

En företags säljare har goda kunskaper om de produkter och tjänster som säljs. Utöver det ska en företags säljare ha en god säljförmåga, digital kompetens, analytisk lagd, resultat-orienterad, serviceinriktad samt ha en god organisationsförmåga och vara kommunikativ.

Säljförmåga

Att ha en god säljförmåga innebär att skapa förtroende hos kunden. Det är viktigt att kunna hantera olika typer av människor för att försäljningen ska bli så framgångsrik som möjligt. Försäljning bygger på goda relationer och därför blir relationen till kunden avgörande. Att skapa relationer är en del av försäljningen och ökar möjligheten till att göra fler affärer, att såväl driva samtalet som att lyssna in är därför viktigt.

Digital kompetens

Datorn är ett viktigt arbetsverktyg, vilket ställer höga krav på god datorvana och förståelse för olika system.

Serviceinriktad

Att vara serviceinriktad innefattar att vara lyhörd gentemot kundens behov och kunna bemöta de på bästa sätt genom en behovsanalys. Det är också viktigt att kunna svara på kundens frågor gällande produktportföljen.

Analytisk förmåga

Att kunna analysera kundens problem och tänka ut olika lösningar är viktigt då försäljning i många fall bygger på problemlösning utifrån kundens situation.

Organisationsförmåga

En företags säljare behöver ha en god organisationsförmåga då det är viktigt att kunna planera. En företags säljare har ofta många parallella kunder och processer vilket gör det viktigt att följa tidsplan och göra rätt prioriteringar.

Resultatorienterad

Då företags säljarens huvudsakliga arbetsuppgift är att skapa affärer är det viktigt att vara resultatorienterad. Detta innebär att kunna driva sitt arbete framåt i med- och motgång. Då många säljare jobbar med uppsökande kontakt är det viktigt att se möjligheter i alla kontaktytor. En företags säljare bör gilla utmaningar och arbeta målmedvetet för god prestation.

Kommunikationsförmåga

Kommunikationen kan ske med eller utan ett fysiskt möte med kunden. Detta ställer krav på en mycket god förmåga att uttrycka sig väl i tal och skrift. Det är viktigt att kunna anpassa sin kommunikation utefter kunden och dennes situation. Då många handelsbolag arbetar internationellt är det viktigt att företags säljaren kan anpassa sin kommunikation mot olika kulturer och i viss mån efterfrågas även ytterligare språkkunskaper.