

Aktiv Kontakt



Modul III

Aktiv kontakt

Hur är det när du själv är kund? När du väljer att gå in i en butik gör du det naturligtvis av någon anledning. Du har tagit dig tid och engagemang för att gå in i en butik och du vill få något uträttat.

Oavsett om du är helt klar över vad du vill ha eller känner dig mera osäker så ger du personalen i butiken chansen att hjälpa dig till ett bra köp. Frågan är om de tar den bollen?

Vill du bli sedd eller behandlad som luft? Välkommen eller ignorerad? Hur vill du ha det? Hur blir det?

Den kontakt eller relation, som kan uppstå mellan personalen i en butik och en kund är ofta det som avgör om kunden vill handla där just den här gången och få lust att komma tillbaka.

När vi ser kundmötet som en relation blir det också intressant att fundera på vad den innebär. En relation innebär ju att vi deltar i aktiviteter tillsammans och att vi påverkar varandra på ett sätt som båda har nytta av. En kundrelation är ömsesidig.

Det mesta kan kopieras av konkurrenter, som t.ex. priser och produkter, men relationerna är alltid unika och ofta den vassaste konkurrensfaktorn. Enligt flera kundundersökningar är det personliga bemötandet och engagemanget det enskilt viktigaste när vi väljer leverantör. 68 % anger det skälet som det mest avgörande.

Allt börjar i butiksdörren! Kunder har rätt att bli uppmärksammade och känna sig välkomnade! Det är med andra ord DU som är den viktigaste konkurrensfaktorn.!

Kontakt sker på kundens villkor

Som vi sagt tidigare så vill kunden först känna sig välkommen, därefter vill hn ha lite tid på sig att orientera sig innan det är dags att ta kontakt igen för att se hur du kan hjälpa till. Säger man välkommen för sent så har man missat i första intrycket, hoppar man på kunden för tidigt med sin vilja att hjälpa till kan det uppfattas som påfluget... Trixigt, men klart möjligt att hantera med lite träning och erfarenhet.

Första intrycket

Alla vill att kunden ska komma in till just sin butik. Miljoner och åter miljoner läggs på marknadsföring för att just detta ska ske. När kunden väl kommer in så har hen tagit första steget. Kunden vill er något. Då vore det ju konstigt om du inte hälsade välkommen med ett glatt leende.

När en kund kommer in i butiken har vi ungefär 6-7 sekunder på oss att göra ett gott intryck. Om vi inte uppmärksammar kunden så gör vi ett dåligt intryck. Skillnaden mellan att bli *sedd* eller *ignorerad* är att vi antingen får känslan av att vi betyder något, eller att vi är mindre viktiga.

Fundera på:

- När du känner dig viktig eller oviktig – vad har det för inverkan på din köplust när du själv är kund?

Det första intrycket har det skrivits mycket om, och pratats om ännu mer. Det handlar ofta om små saker som gör skillnaden! Dessa små detaljer är ofta det som inte sägs, d.v.s. den icke-verbala kommunikationen som t.ex. blickar, nickar, gester och kroppspråk, men också kläder, ordning bland varor och skyltar. Allt du gör (eller inte gör) sänder ut signaler som andra människor uppfattar och påverkas av.

Alla delar i kommunikationen tolkar vi och fyller med någon innebörd. Även om det inte alltid sker medvetet uppstår ändå alltid känslan av något positivt eller negativt. I synnerhet de första sekunderna i ett möte med en ny person, där är vi extremt mottagliga för dessa signaler. Den känsla och uppfattning vi bildar oss då, rätt eller fel, kan vara nästan omöjlig att ändra på!

Det betyder att om vi medvetet gör positiva saker så väcker vi positiva känslor och tar första steget till en kundrelation, kanske redan innan vi har sagt ett enda ord.

En kontaktskapande blick, ett varmt leende eller en nick som signalerar att kunden är välkommen gör skillnad – stor skillnad! Och det är du som gör skillnaden som gör att er butik lyckas!



Ett exempel:

Tänk dig att du kommer hem till någon på fest, huset är fullt. Du hänger av dig jackan och går in. Du är lite sen och de flesta har kommit igång med minglet. Ingen av värdarna för festen verkar ha tid med att hälsa dig välkommen. Du känner dig lite osäker på vem du skall försöka prata med. Hur känns det?

Eller tänk dig samma fest, men nu kommer istället Johanna som arrangerat det hela och hälsar dig välkommen redan när du hänger av dig jackan. Hon lotsar dig till några som står och pratar om ett av dina intressen, hon presenterar dig för de andra och kommer med något att dricka. Skulle det kännas bättre?

Det uppstår hela tiden situationer då skillnaden blir väldigt stor när någon ser oss och bryr sig. Ännu viktigare är det då vi pratar om kunden i butik. Konkurrensen är stark och alternativen är många. Du slåss mot andra butiker, och du har hela näthandeln emot dig! Om du inte visar att du bryr dig och vill hjälpa kunden är risken uppenbar att det kan vara det första och sista besöket kunden gör.

Fundera på:

- Vad gör du för att kunden skall känna sig välkommen och sedd i din butik?

Kan ett "Hej!" vara värt dubbelt så mycket!?

Det pratas mycket om att man ska hälsa på kunderna. Och det är viktigt. Men varför?

Många kunder köper sina varor i butiker för att det är roligt och de vill känna sig betydelsefulla. Ett "Hej!" bidrar till att de känner sig uppskattade, uppmärksammade och glada. Studier hos flera butikskedjor har visat att när man välkomnar kunder på ett bra sätt så händer detta:

1. Kunden **stannar längre** i butiken – fler köper och de köper mer per kund.
2. Kunden **kan vänta längre** på att få hjälp om vi är upptagna med att ge service till andra kunder.
3. Kunden blir **nöjdare** med oss och sitt köp – de kommer gärna tillbaka.
4. Det har också visat sig att personalen i butiken blir nöjdare och stoltare.

Dessutom minskar svinnet.

Det är också en sanning att de kunder som INTE blir bemötta på ett bra sätt väljer att snabbt ta sig vidare och att handla någon annanstans. Eller inte alls. De vill inte belöna någon som inte uppskattar dem. Medvetet eller omedvetet. Så kan det vara, och det kan man ju förstå.

En större svensk klädkedja gjorde ett experiment. De valde aktivt att INTE hälsa på kunderna en period, i övrigt fick de den service de skulle ha. Sedan bytte man taktik och hälsade aktivt på kunderna, men gav dem samma service som tidigare.

Resultatet var tydligt. Försäljningen nästan fördubblades! I en butik gick man från **19 %** konverteringsgrad till **36 %** (köp/kunder i butiken). Personalen tyckte också att det var roligare att jobba 😊.



Några grundregler att hålla sig till:

- Ta ögonkontakt
Direkt när kunden kommer in i butiken så skall du titta upp och ta ögonkontakt. Oavsett vad du håller på med. ALLTID. Se till att du tittar med varm, välkomnande blick och "säger" välkommen med ögonen.
- Nicka
Nicka gärna så att kunden tydligt ser ett aktivt välkommen även om du inte kan inleda samtalet just då.
- Välkommen
Om du har möjlighet så säger du naturligtvis "hej" eller "välkommen". Kom ihåg att lådan med varor att packa upp aldrig är viktigare än kunden!
- Stressa inte kunden som du just är upptagen med, undvik fraser som "vi är alldeles strax klara här".

Att aktivt hjälpa kunden att komma vidare

Nu har vi en kund som känner sig välkommen och sedd. Vad kan vi göra sedan för att starta dialogen?

Vi utgår från att kunden vet vad den letar efter för produkt, eller vet vilket behov som behöver fyllas. Även när du skapat ett starkt och positivt första intryck så är det långt ifrån klart. Du har ju inte etablerat en lönsam kundrelation förrän köpet är genomfört, då kortet är draget i kassan. Du behöver med andra ord fortsätta att leda kunden vidare med din kunskap.

Vad är det då som tar kunden till nästa steg och gör den mottaglig för din expertkunskap och dina råd? Ett bra första intryck ger oss förutsättningar att göra kunden nöjd eftersom vi får kunden att stanna kvar och känna sig bekväm och betydelsefull. Nu skall vi bygga vidare på relationen och få kunden att öppna sig för oss så att vi får chansen att visa en lösning som passar och känns rätt.

Varje människa har sina personliga önskemål om hur de vill bli bemötta för att trivas och känna sig bekväma. Det beror också väldigt mycket på situationen, i vissa fall vill man bara titta, i andra bara köpa en vara och gå, men i väldigt många fall vill vi ha råd och hjälp. Alla vill vara trygga med att de blir omhändertagna på ett bra sätt – för sin egen skull.

Det är en viktig del att ta nästa steg med rätt tajming. Om du väntar för länge kan kunden tröttna på att vänta och gå sin väg. Om du har för bråttom kan det kännas påflugget. Nyckeln till att hitta rätt är ögonkontakten. När kunden söker ögonkontakt med dig är det definitivt hög tid att agera.

Den vanligaste missen är att säljaren väntar för länge, för att man inte vågar gå fram och ta kontakt. Men hellre en kontakt för mycket än en för lite! Om du bara visar att du bryr dig och är engagerad tillsammans med en bra öppnande fråga så kommer kunden att känna sig uppmärksammad och betydelsefull.

Öppningsfraser - inledningsfraser

Du kan välja mellan att inleda med ett påstående: *Nu har du hittat en vinnare!*

Du kan börja med en Öppen fråga: *Hur kan jag hjälpa dig?* Påståendet har en stark påverkan man risken är att du trampar fel, frågan har inte samma säljkraft, men leder sällan till meningsskiljaktigheter. Gör ett medvetet val utifrån läget, men undvik den knappt halvbra ja/nej-frågan: *Kan jag hjälpa dig?*

Här kan du mycket väl fråga: *Vad kan jag göra för dig idag?, Vad kan jag hjälpa dig med? eller Vad letar du efter?*

Fundera på:

- Vilka är dina tre vanligaste öppningsfraser?

Om kunden vill gå runt själv en stund och titta så är ju det inget problem. Kom bara ihåg att ha koll på kunden så den inte går sin väg utan att du vet varför och att du har gjort ett aktivt försök till att hjälpa till, ett säljsamtal. Att du visat att du bryr dig.

Vi vet att de flesta som väljer att inte handla gör det för att de upplever brist på engagemang eller blir bemötta på ett oönskat sätt. Vi vet också att de som möts av ett personligt och äkta engagemang gärna kommer tillbaka och dessutom rekommenderar butiken till andra.

Du kan saker som kunden inte kan

Det handlar om att ge dig själv chansen att visa det, och att du är trygg i att kunden till stor del kommer in till er för att kunna få hjälp av någon som vet mer – alltså av dig!

Även om du är ny kan du hjälpa till att hitta någon kollega som vet mer. Du vinner alltid på att "bry dig" i alla relationer, för då får du något tillbaka.

Flera kolleger i processen

Det finns ofta en anledning till att kunden har kontakt med fler personer i butiken. Det kan vara andra säljare, kolleger med specifik expertkunskap eller chefer som har det yttersta ansvaret för verksamheten. Oavsett jobb är det viktigt att alla förstår och vet sin respektive roll för att det ska bli en bra helhetsupplevelse.

I många fall dömer kunden faktiskt inte efter hur lysande serviceupplevelsen var vid ett enstaka tillfälle, utan efter hur hög den lägstanivån är. Det betyder pålitlighet och trygghet för kunden. Ditt ansvar är att ge service i alla lägen och att stötta dina kollegor i att ge bra service.

Varje dag, till varje kund, under kundens hela köpupplevelse!

Det som ofta kan skapa känsla av osäkerhet och krångla till det hela för kunden är att samspelet mellan kollegorna i butiken inte fungerar bra. Här är det avgörande att vi överlämnar mellan varandra på ett tydligt sätt.

Red ut vad som gäller mellan era ansvarsområden, avdelningar och kompetenser, samt hur ni får bäst effekt av era personliga förmågor.

Ofta är det så enkelt att ni hjälper kunden att ta kontakt med kollegan. Presentera först kollegan för kunden, och sedan kunden för kollegan. Berätta om ärendet kortfattat. Gå undan så inte kunden känner "2 mot 1".

Fråga dina kollegor och prata om:

- Vid vilka tillfällen behöver kunder "lämnas över"?
- Hur ni ska hantera överlämningar mellan varandra?
- Hur ni skall hjälpas åt för att kunden skall känna sig trygg?
- Vad vill ni att kunden skall uppleva i sitt möte med er som lag?

I telefonen?

Det är egentligen ingen större skillnad förutom att du förstås inte kan se hur kunden betar sig. Du kan ändå vara säker på en sak och det är att engagemang kan höras. Ett trött och lojt "Hallå" jämfört med ett glatt "Välkommen" gör förstås skillnad.

Du kan gärna testa för dig själv vilken skillnad det blir om du säger välkommen och ditt namn med mungiporna nedåt i en "trött" position jämfört med uppåt i en "glad" position.

Du kan vara säker på att skillnaden hörs. Om du dessutom förstärker det hela med att sitta hopsjunken mot att vara stående och rak i ryggen får du ännu större skillnad. Det kanske kan verka töntigt och överdrivet, men hur vi använder kroppen hörs genom telefonen tydligare än vi tror. Varför inte testa genom att ringa en vän och fråga om de hör någon skillnad?

Det handlar förstås om *Vad* vi säger och *Hur* vi säger det. Vetenskap och forskning menar att **hur** vi säger det är klart viktigare än **vad** vi säger. Det betyder att vi kan väga och diskutera i evigheter vilka ord som är de rätta, men om vi missar engagemanget så riskerar vi ändå att uppfattas fel. Vi uppfattas mer utifrån hur vi låter och mindre efter vilka ord vi använder.

Det som är avgörande för våra beslut är oftast mer baserat på känsla snarare än fakta och objektiv information.

Det är med andra ord hur du möter kunden med ditt engagemang som är helt avgörande.

Se det första telefonsamtalet eller en enkel fråga till kunden, som det första steget i säljprocessen! Få kunden att känna sig klok som valde att ringa just er. Du kan ju t.ex. berätta om någon kampanj som kunden kan ha glädje av.

Minns du kompisregeln från Modul I? Vilka tips skulle du ge till en kompis som ringde?

Summering

Det är mycket vanligt att kunder lämnar en butik utan att ha blivit kontaktade. Ingen affär. Ingen positiv köpupplevelse. Inga pengar i kassan.

Se till att ta kontakt med kunden och var aktiv i att behålla kontakten så länge kunden är i butiken.

Positiva uttryckssätt

Vårt ordval kan omedvetet påverka kundens uppfattning. Negativa ord föder omedvetet negativa känslor och tvivel. Rött ljus! Positiva ord föder omedvetet positiva känslor och glädje. Grönt ljus! Ibland kan ett enda ord vända hela känslan i det du säger, även om betydelsen är klar ändå.

Negativt - Röda ord	Positivt - Gröna ord
Vi stänger snart	Vi har öppet 10 minuter till
Den är slut för tillfället, vi får inte nya förrän på måndag	Vi har sålt jättebra av den, nya kommer in redan på måndag
Den färgen är slut, vi har bara grön och blå kvar	Den finns faktiskt kvar i grönt och blått
Du måste kemtvätta för den är så känslig	Det här fina materialet håller sig fräscht med kemtvätt
Vi har inte haft något problem med den varan.	Den är pålitlig och håller hög kvalitet
Det går inte sönder	Det kommer att hålla
Billig	Prisvärd
Vi har nästan inga kvar, men de vi har finns där borta ...	Följ med mig, de är populära men det finns faktiskt några kvar
Du måste läsa manualen noga	I manualen hittar du allt du behöver veta
Du måste fylla i det här papperet annars går det inte	Om du bara skriver i några uppgifter så löser det sig smidigt

Det är alltid lättare att formulera sig positivt om man börjar med att svara ”**Ja**” på frågan. Prova själv, det kan bli komiskt ibland men följden blir alltid positiv. Exempelvis – ”Har ni fler av dessa hemma idag?” – ”**Ja**, det skulle jag också önska. Vi får hem fler på måndag”

Fundera på:

- Vilka negativa uttryck råkar du använda ibland?
- Vilka hör du i butiken?
- Vad kan man säga istället?