

# Avslut, i Kassan



## Modul VI

## Avslutsfasen, eller början på en ny relation

Nu har vi kommit så långt i säljprocessen att det enda som är kvar är att kunden bestämmer sig. Vi vill att kunden glad i hågen går i väg med sitt köp i kassen, kommer hem, känner sig nöjd och glad över sitt beslut. Gärna så till den milda grad att kunden omgående ringer sin bästa vän för att berätta om sitt köp, det fina engagemang hen upplevde och de träffsäkra råd hen fick av personalen. Bra grejor köpta av en bra säljare!

Det kallas avslutsfas men egentligen är det ju första steget till en fortsatt kundrelation!

Om du har gjort det mesta rätt under kundens köpprocess så kan det verkligen bli en fortsättning, en relation som både du, din butik och kunden har glädje av för lång tid framåt. Vi vill ju att varje kund ska vilja komma tillbaka.

### Fundera på:

- Hur mycket pengar en genomsnittlig kund lägger på din butiks typ av produkter och tjänster vid ett besök, under ett år, under 10år?
- Hur du tror att era nöjda kunder påverkar sina vänner?

## Om kunden verkar lite osäker?

Vi behöver vara medvetna om att vi människor är komplexa varelser som ofta reagerar och agerar utifrån känslor.

Våra hjärnor har alltid ett visst motstånd mot förändringar. Alla nya förutsättningar kräver ju att vi lär oss nya saker. Det tar energi när t.ex. två knappar på tangentbordet bytt plats på nya datorn. Eller busshållplatsen flyttar. Hjärnan gillar vanor och rutiner för då drar den mindre bränsle. Men samtidigt är ju förändring och utveckling en förutsättning för livet. Och roligt i de flesta fall när man lyckats lära sig!

Ett uttryck för vår delade syn på förändringar är att vi inför ett beslut eller steg framåt ofta kommer med ifrågasättanden, invändningar. Inte minst när vi ska betala pengar eller anstränga oss för något! Det är tecken på en form av "intresserad osäkerhet".

För att bättre kunna hantera invändningar behöver vi förstå vad det är och varför de uppkommer. För det första så uppfattar de flesta rutinerade säljare invändningar som något negativt. Man blir besviken över att inte kunden bara håller med och vill gå vidare med sitt köp.

Som exempel, du föreslår för en god vän att ni ska gå ut och äta på en, enligt dig, fantastisk etiopisk restaurang där du ätit många gånger. Men du får kommentaren: "Nja, afrikansk mat, är det nån höjdare? Är det inte väldigt kryddstarkt?"

Det är lätt att bli lite besviken över kompisens reaktion?

Om vi stannar upp och funderar på om kommentaren egentligen är negativ eller positiv så kan vi inse några saker. Vi har tidigare resonerat om vikten av att bygga relationer och vad det innebär. En relation innebär att göra saker tillsammans och att påverka varandra på ett sätt som båda har nytta av.

Vännens reaktion signalerar engagemang i relationen, det är någon som bryr sig om att kvällen ska bli bra. Men det visar också på en osäkerhet och begäran om mer information, kompisen har kanske inte tänkt tanken på att äta afrikansk mat tidigare, då är det naturligt att vara tveksam. Hade hon/han varit helt avvisande hade du fått ett rakt: "Nej tack" eller kanske en artig undanflykt: "Ledsen, jag har bokat tvättstugan", eller hur?

I en säljsituation skulle det kunna låta:

Säljaren: "Jag tycker att ditt val av grejor är riktigt bra."

Kunden: "Nja, jag vet inte riktigt?"

Säljaren: "Hm, du verkar lite fundersam. Vad tänker du på?"

Kunden: "Det mesta verkar bra men kommer det att hålla i längden?"

Säljaren: "Är det något annat du funderar på?"

Kunden: "Nä, tja, det kanske är krångligt att komma igång..."

Säljaren: "Vad bra att du säger till, det här kan vi reda ut! Om vi börjar med hållbarheten så kan du vara helt lugn. Vi har en kund som använt sin varje dag..." osv.

Om inte köpet varit intressant för kunden så hade den förmodligen antingen inte sagt något alls eller bara backat ur samtalet med en undanflykt av något slag, som exempelvis: "Jag vet inte riktigt – jag tror inte jag kan bestämma mig idag för att ...". Så invändningen är ett bra kvitto på att det mesta är på rätt väg och att intresset lever! Kunden vill ha din hjälp för att kunna säga ja!

## Hur hanterar vi en osäker kund?

Det första är att inte reagera emotionellt, inte gå i försvar eller direkt börja argumentera för vårt förslag.

Det vi bör göra är att reda ut orsaken till invändningen. Som i exemplen tidigare kan vi istället för att fortsätta att beskriva det fantastiska med lösningen, fråga vad det är som gör kunden osäker eller tveksam. Det kan ha att göra med okunskap, tidigare erfarenhet eller vankelmodighet om vilket alternativ som är bäst.

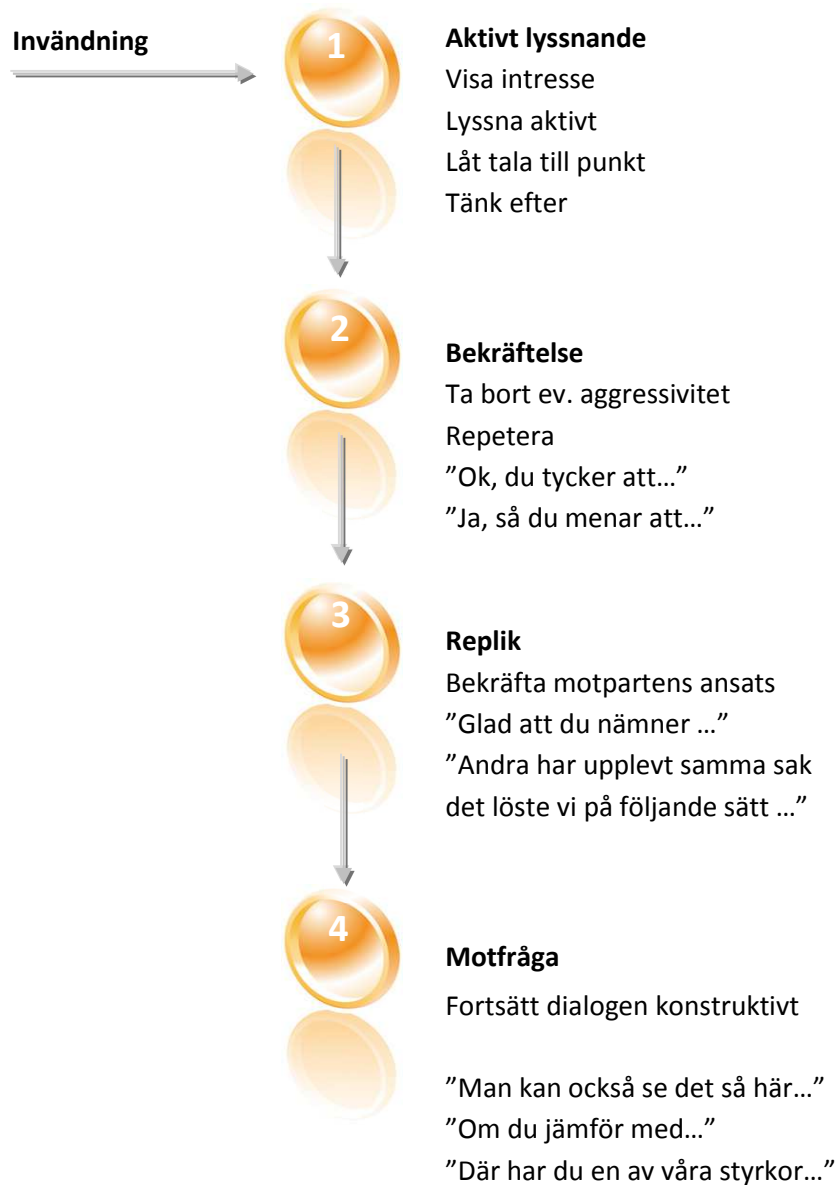
Det finns ju mycket en kund kan vara osäker på, till exempel:

- Behöver jag verkligen den här?
  - Kommer det att fungera?
  - Kommer jag få hjälp efter köpet om jag behöver det?
  - Vad ska mamma/kompisarna/partnern säga?
  - Betalar jag för mycket?
  - Har jag råd?
  - Om jag klagar lite kanske jag kan pruta?
  - Verkar det smart att köpa den här och nu?
- Etc. etc.

Nyckeln här är alltså att inte ha för bråttom utan att fråga och lyssna på svaret. Det är också ett sätt att visa engagemang och respekt. Om du väntar en kort stund och sedan hjälper kunden att utveckla sina tankar kan det till och med hända att kunden själv svarar på sin egen invändning!

Här är en enkel metod för att hantera invändningar

Minneskort:



Genom att följa de enkla stegen ovan så visar vi respekt för kundens tankar och funderingar samt tar oss vidare i dialogen mot ett beslut.

För att vi ska kunna göra kunden trygg så behöver vi ta reda på vad den egentliga orsaken till invändningen är. Först när vi hittat den så kan vi hjälpa kunden genom att förklara, beskriva eller förtydliga det som skapar osäkerhet inför köpet. Alternativt kan vi behöva hitta annan lösning om vi har missförstått något i kundens önskemål.

### Fundera på:

- Vilka är de vanligaste invändningarna du brukar höra?
- Vilka orsaker kan ligga bakom att kunden säger så?

När vi har klarat ut eventuella invändningar eller oklarheter så kan vi behöva hjälpa kunden till att slutligen bestämma sig för sitt köp.

### Avslut och vägen till kassan

Ibland behöver vi hjälpa kunden att fatta det slutliga beslutet att köpa. Man kan tveka inför köpbeslut även om allt är rätt med lösningen. Alla vill ju fatta bra beslut så det är helt naturligt om vi då och då känner oss lite osäkra. Vi vet att det till stor del är fråga om känslor när vi ska bestämma oss för något. Undermedvetet eller medvetet väger vi in om vi har förtroende för personalen eller butiken, oavsett om förslaget är bra. Avgörande för vilken känsla vi bär på är hur engagerad personalen varit och vilket bemötande vi fått.

### Köpsignaler

Köpsignaler är olika uttryck för att kunden är mogen och redo att bestämma sig. Ofta så är det detaljfrågor som handlar om leverans och användning, frågor som röjer att kunden redan i tanken är klar med köpet. Man hör att kunden har tagit hem och börjat använda varan. Det kan visa sig på väldigt många sätt och här nedan är några exempel.

- När kunden frågar om leveranstid eller tillgänglighet
- När kunden frågar om pris
- När kunden frågar om hur man ska betala
- När kunden vill att du repeterar något du sagt tidigare i samtalet
- Alla detaljfrågor om produkten
- Alla frågor där kunden ber dig om råd eller hjälp
- Frågor om referenser och nöjda kunder på produkten
- Kunden byter till en mer avslappnad kroppsställning
- Kunden blir tyst och ser lättad ut

### Fundera på:

- Vilka är de vanligaste köpsignalerna du brukar höra?
- Vad brukar du göra då?

## Avslutsmetoder

När vi upptäcker en köpsignal skall vi passa på att hjälpa kunden till beslutet. Några olika sätt att hjälpa kunden att bestämma sig får du här.

### Beslutsfattaren

Du använder din trovärdighet och auktoritet: "Då rekommenderar jag dig att ..."

### Sammanfatta

Ett enkelt sätt att skapa större trygghet är att sammanfatta åt kunden vad som du rekommenderar och varför. Det skall vara kortfattat och enkelt att förstå d.v.s. undvik så långt det är möjligt facktermer: "Då ska vi se, du behövde ... och nu har vi hittat ... och... och ...! Det var väl det?"

### Fråga-Gå till kassan

Ett annat sätt kan vara att helt enkelt fråga om kunden har några ytterligare funderingar innan ni går till kassan.

### Bekräfta

Ytterligare ett sätt kan vara att bekräfta för kunden att denne har gjort ett klokt och bra val.

### Tidplan

Fråga när kunden behöver varan, i de fall det är leveranstid. Förklara när ni kan leverera om kunden beslutar sig nu, eller om kunden dröjer med beslutet. Kampanjer och prishöjningar kan också göra det angeläget för kunden att besluta sig.

### Ta för givet

Ta för givet att kunden bestämt sig och t.ex. fråga hur kunden vill betala: "Betalar ni med kort eller kontant?"

### När! Inte Om

Säg "När du använder ...", "När du köper ...", "När du har en sån här ..." Det kommer hjälpa kunden att tänka sig in i situationen efter köpet bara med detta enkla ord - När! Kunden kommer också att få lättare att ställa bra frågor om hur produkten/tjänsten används. Säger du: "Om du köper..." så skickar du omedvetet försvagande signaler som föder kundens tveksamhet.

Alla dessa sätt att leda mot beslut handlar alltså om att minska eventuell osäkerhet och öka kundens känsla av trygghet för att det är ett bra val. När du signalerar trygghet kommer det att smitta av sig på kunden.

Köp som är mer personliga och kan påverka hur vi uppfattas, som t.ex. påverkar utseendet är naturligtvis känsligare. Då är det ännu viktigare att du bekräftar kunden och gör vad du kan för att göra kunden trygg i sitt köp.

### Fundera på:

- Hur kan du hjälpa kunden att bestämma sig? Vad du kan säga och vad du kan göra.
- Vilka av avslutsmetoderna passar bäst i er butik?

### Kundklubb

Många företag har kundklubbar för att bättre kunna vårda och hålla kontakt med trogna kunder. Alla som står vid en kassa är tillsagda att fråga kunden om de är med eller om de vill gå med. De flesta gör det, men kunden hör att det är en rutinfråga. Svaret blir oftast Nej tack.

Om kunden är med – Ge lite beröm: ”Klokt, då ska jag registrera så att du får din bonus”. Det gör absolut inget om fler kunder hör berömmet...

Om kunden inte är med – Förklara kundnyttan snabbt, i en kort mening: ”Våra medlemmar får...” Gör sedan beslutet enkelt: ”Jag kan ordna det nu på 30 sekunder så får du...” Nappar kunden då kan du förklara mer om det behövs!

### Fundera på:

Om ni har en kundklubb

- Hur du kan berömma en medlem på ett naturligt sätt?
- Hur du förklarar kundnyttan på 4-5 sekunder för en icke-medlem?



## Efterköpskänsla

I väldigt många fall brukar man berätta för vänner om sina köp. Inte bara stora komplicerade saker: "Vet du, vi beställde ett nytt kök idag..."

Även smågrejor som man känner sig nöjd med att ha hittat: "Du, jag hittade en bra skokräm ..."

De flesta vill dela med sig av besvikelsen när den produkt vi nu ersätter gick sönder eller tog slut. Besväret att hitta och ta sig till en bra butik. Våndan och osäkerheten vi känner inför ett beslut. Allt detta byts mot glädje och lättnad när köpet är klart.

Följ kunden genom köpet och dela glädjen över ett klokt beslut!

"Skicka med ett leende i påsen". Står det andra kunder i butiken och väntar så kommer de dessutom att smittas av köpglädjen!

När kunden bestämt sig och betalat så var väldigt tydlig med vad som kommer att hända om du har produkter som kräver ansträngning efter köpet t.ex. ska sättas ihop eller levereras. Eller kräver lite kunskap och vana för att fungera fullt ut. Vad gör man om man behöver hjälp? Om en annan kollega blir inblandad i detta läge så gör en proffsig överlämning! Vi pratade i Modul I om förväntningar. Här kan du verkligen skapa en nöjd kund genom att vara tydlig!

Tacka kunden för affären!

