



WHITE PAPER

Säljhinder – Vad är det?

Detta whitepaper är skrivet av Christer B. Jansson från Confident Approach, DokuMeras expert inom säljhinder.

Confident Approach är ett powerhouse för säljorganisationer med en specialistkompetens för problematik runt underprestationer, brist på prospektering, låg avslutsfrekvens och rädslan att ta plats och synas – The fear of Self-Promotion. Företaget representerar bland annat rättigheten om Säljhinder i 31 europeiska länder. De har verktyg för att identifiera hinder, metoder för att arbeta bort hinder, kurser för chefer, rekryterare, konsulter så de lär sig hantera hinder, identifiera och arbeta bort hinder.

Fokus är säljande personal vare sig de är partners i konsultbolag, fältsäljare, telefonsäljare, politiker, elever i skolor, arbetssökande, rekryterare med flera som behöver synas och sälja sig själva, sina idéer, sitt företag och dess tjänster och produkter.

christer@confidentapproach.com
www.confidentapproach.se

SÄLJHINDER – VAD ÄR DET?

Din organisation erbjuder konkurrenskraftiga produkter, generös provision och strålande förstklassig säljsupport. Men ditt nya heta säljträningsprogram ger samma gamla ljumma resultat. Försäljningen släpar efter eftersom dina säljare prospekterar med foten på bromsen. Vad kan du göra? Var ska du börja?

Anledningen kan vara Säljhinder

En del kallar det säljskräck och för vissa kan det vara så illa. Oftast är det bara en inre konflikt eller motstånd mot att prospektera efter kunder. Säljhinder står statistiskt för 80 % av alla underprestationer inom säljorganisationer världen över. Säljhinder påverkar direkt förmågan att prospektera och gör att duktiga kunniga säljare inte lyckas nå sina budgetar vilket sätter företaget i knipa.

3

”Säljer man inte finns man inte efter ett tag på marknaden.”

Säljer man inte finns man inte efter ett tag på marknaden. Så försäljning är livsnerven i varje företag och en av de viktigaste delarna av säljarbetet är prospektering och det säger också akademisk litteratur inom försäljning.

Säljhinder uttrycker sig mycket som attityder och värderingar om försäljning och som ägare eller chef över en säljorganisation hör du många ursäkter och bortförklaringar om varför de inte gjort fler kundbesök, fler lyft, fler presentationer, varför de inte har en hög avslutsfrekvens etc.

Hör du detta i din organisation har du problem med Säljhinder, dvs. du som säljare eller dina säljare har ett inre motstånd eller en inre konflikt mot att prospektera i vissa situationer. Du kan se det som 12 hjärnspöken som hindrar dig eller dina säljare att sälja. De är 12 till antalet och vi avslutar med några av dessa 12 för att se om du känner igen några beteenden från din organisation. Ju fler du känner igen hos din säljande personal desto lönsammare blir det att korrigera och åtgärda hindren i din säljkår. Så hur ska du börja? Nedan finns en lista som du kan pricka av i fallande ordning.

En del av dessa avprickningar kan vara svåra att genomföra ur ett politiskt/diplomatiskt perspektiv så du behöver vara tuff och göra det rätta. Ibland kanske det kan vara dina egna hinder som gör att du inte kan arbeta dig igenom listan så därför börjar vi med dig som ägare/chef. Vi rekommenderar erfaret konsultstöd av en licensierad Säljhinderkonsult i detta arbete.

- **Ledarskap:** Börja med dig själv. Har du säljhinder? Var ett föredöme! Hur ser din säljhinderprofil ut?
- **Kalibrera/Stäm av:** Utvärdera alla i högsta ledningen. Lyssna efter säljhindertyp i de ursäkter du hör.
- **Försäkra:** Utvärdera alla försäljningschefer.
- **Verifiera rekryteringen:** Utvärdera de som rekryterar säljarna.
- **Verifiera träningen:** Utvärdera alla säljtränare.
- **Verifiera urval:** Gå igenom alla urvalsprocedurer och all praxis.
- **Befäst:** Försäkra dig om att HR och annan supportpersonal är positiva till sälj och inte uttryckligen eller underförstått är motståndare till säljfunktionen.
- **Ompröva:** Diskutera öppet er säljträningsfilosofi, säkerställ att den är pro-försäljning och inte ren hantering av situationen, stå pall.
- **Delegera:** Fråga efter en övergripande genomgång av ert säljträningsmaterial och leta efter dolda, underförstådda budskap som kan ha ett negativt inflytande på attityden till prospektering.
- **Testa i verkligheten:** Gå bortom retoriken, kräv att all HR-personal och säljstödspersonal tillbringar åtminstone 5 dagar om året tillsammans med aktivt prospekterande säljare. De som vägrar eller inte klarar det känslomässigt bör avlägsnas från vidare kontakter med någon som helst del av säljfunktionen.
- **Optimera:** Använd vilket diagnosinstrument du vill för att styra nya säljare mot prospekteringsaktiviteter som mest sannolikt erbjuder tidig positiv förstärkning och bort från de som inte ger det; börja sedan omedelbart att motverka prospekteringssvagheter med målinriktad träning.
- **Bevara:** Ignorera inte dina erfarna säljare. De behöver också stöd.
- **Förebygg:** Sök aktivt efter tecken på QWS och utrota det innan det drabbar dina erfarna säljare.

Varningssignaler

Hur känner du egentligen för försäljning? Har kontakthinder smugit sig in i ledningen?

Här är några varningssignaler du bör se upp för i din organisation. Om du känner igen några av dessa beteenden behöver du både hjälp för att bli av med dessa och hindra att de kommer in igen i organisationen genom en väl utvecklad rekryteringsprocess. Det är dessutom mycket lönsamt för företaget att investera i ett säljhinderprogram och gott om referenser finns som kan intyga detta.

Säljhindertyp

Överförberedelse

Hyperprofessionalism

Beteendekännetecken

Alltför många möten. Säljarna är nedtyngda med onödiga administrativa krav, administrativa krav tar över arbetet att skapa nya affärer.

Onödiga investeringar i det "rätta" utseendet, beslut baseras inte på sannolik påverkan på resultatet, utan hur det kommer att få beslutsfattarna att se ut.

Obeslutsamhet	Oklart ansvar, ledarskapsvakuum: en kultur med skvaller och rykten, ledarskap via djungeltelegrafen, retorisk målsättning.
Rollförnekelse	Indoktrinering istället för träning: Insisterar på att vara förskönande över säljarrollen, distansering från säljfunktionen, låg identifikation med säljprocessen.
Social osäkerhet	Försummar, åsidosätter högre statusmarknader som lämnas till konkurrenterna, ignorerar produkter för den högre målgruppen, låg kvalitet på säljrekrytering.
Reflexmässig opposition	Ledning genom rasande humör, intern politik, maktkamp, psykopater som rådgivare, personlig överlevnad går före teaminställning.

Kände du igen något eller några av dessa beteenden? Det finns sex hinder till och de är mer specifika: Scenskräck, Telefonfobi, Referensaversion, Vänseparation, Familjeseperation och Domedagssiande.

Vad fungerar inte?

Det finns många gurus som erbjuder sig att hjälpa dig att hantera säljhinder i din säljorganisation. Det har det alltid funnits. Deras "en storlek passar alla" budskap varierar från det uppenbarligen löjliga till det mystiskt obskyra. Det finns "60 sekunders mirakelkurer", "självhypnos, subliminala band och färgglatt blinkande lampor att bära över ögonen". Det är bara början. "Ta fram dina böcker om försäljning" skriver en vis man i sin spalt med råd till säljare "Läs 30 minuter om dagen. Ta en ny teknik och prova den så fort du lärt dig den. Skarpa kunskaper och nya idéer leder till självförtroende att ta upp telefonen och ringa någon ny".

Det låter bra men försök säga det till någon med äkta säljhinder. Under tre decenniers vetenskaplig forskning om säljhinder har vi inte träffat en enda säljare som blivit av med sina säljhinder genom att följa det rådet eller något liknande råd. Trots detta är denna attityd sorgligt representativ för de otestade och antika metoder man regelbundet finner inbäddade i säljprogram, presentationer, webbsidor och tryckta publikationer. En snabb blick på dessa resurser visar att det magiska säljhinderelixiret för säljare idag inte är innehållsmässigt annorlunda än de psykologiska trollformler man packade på folk för många år sedan, utom i ett viktigt avseende. Idag kan du bli lurad online.

Vad fungerar?

Det beror på vilken typ(er) du brottas med. Vissa korrigerande åtgärder fungerar för vissa typer men inte för andra. Att t.ex. studera en välmenande konsult som använder ordbaserad rådgivning för att hjälpa en säljare bli av med sitt Domedagssiande (Doomsayer) säljhinder saknar inte komiska undertoner. Säljhindret Domedagssiande kan ha en medicinsk

komponent. Säljare med den här typen kan lida av odiagnostiserade medicinska problem inkluderande allergier, vilka kan påverka innerörats funktioner. Om så är fallet behöver de en läkare inte en psykolog, medicin eller ord. Allt som behövs för att få dem tillbaka på spåret är kanske lite vanligt receptfritt antihistamin.

Att återuppleva barndomstrauman är inte nödvändigt för de flesta fall av säljhinder. I de flesta fall är inte heller militant "framtingad prospektering" under stress det. Att bli av med säljhinder kräver en ordentlig metodisk approach som startar med omfattande diagnos av säljhindertyp. Det borde inte bli förenklat till allmän "känn, upplev rädslan men gör det ändå" tekniker som kanske kan vara användbara för andra beteendefrågor. När man handskas med säljhinder är en sådan attityd ett bergsäkert recept för självbrutalisering, inte självförbättring.

Vi kallar den attityden "the head-bangers ball". Fungerar det? Absolut om ditt syfte är att fördjupa och förstärka den omedvetna associationen mellan prospektering och obehag.

Kommer det att innebära någon skillnad?

Är det oundvikligt att drabbas av säljhinder? Kan det elimineras? Kan komplettering av ert säljarurvalsprogram med specialiserade säljhindertest hjälpa till att korrekt förutsäga säljhinder? Är korrigerande säljträning till hjälp?

Kommer säljhinderteknologin göra skillnad i ditt företag? Helt ärligt så vet vi inte. Du måste bestämma för dig själv. Allt vi kan göra är att introducera bevisen. Det här är vad några andra erfarna chefer fann:

- Ett hypoteksföretag fann genom att använda SPQ*Gold säljhinderskalan att generell säljhindernivå korrekt delade in deras 162 säljare i hög- respektive lågproducerande grupper.
- En stor arbetsgivare till mäklare fann att de mäklare som hade högsta värdena på SPQ*Gold Motivation för att prospektera producerade i snitt 24 fler nya avtal per mäklare och år än mindre motiverade mäklare.
- En ROI-studie av effektiviteten i en träning jämförde produktionssiffrorna före och efter man genomförde säljhinderträning med en grupp som inte fick det. Gruppen som fick workshop om säljhinder hade en 33,8 % ökning av försäljningen. Jämförelsegruppen som endast fick ordinarie säljträning ökade enbart med 13,9 % under samma tidsperiod.
- I Sverige gick 40 säljare i ett logistikbolag från 18 nya kunder i veckan till 250 nya kunder i veckan. Det tog bara 10 veckor för säljarna att åstadkomma denna förändring i resultat.
- På Malta så var insatsen betald efter tre månader på en av de "big four" när det gäller revisionsbolag.
- ... och vi har ännu fler studier och exempel.

Sammanfattning och slutsatser

All data om säljhinder vi samlat in under de trettio senaste åren från hundratusentals säljare i många länder och nästan alla branscher erbjuder både hopp och vägvisning för erfarna chefer. Vi har funnit att ingen utmaning för chefer är mer kostsam för ett företag att stå ut med än säljhinder, eller på ett vinstgivande sätt effektivt komma tillrätta med än säljhinder.

För det andra finns det numera tillgängligt en omfattande och varierande samling av specialiserade åtgärder speciellt utvecklade för att förutsäga, förebygga, diagnostisera och åtgärda säljhinder.

Säljhinder behöver inte bli kvar som en svårbehandlad källa till frustration för ledningen eller förvirring för säljtränning. Seniora säljchefer över hela världen använder framgångsrikt moderna tekniker att angripa en av de mest ihärdiga och förbryllande problem som säljledare, företagsledningar idag står inför: att få säljarna att sälja.

Om DokuMera

Hos alla företag – stora som små – finns möjligheten att arbeta effektivare genom att använda sig av färdiga mallar. Avancerade dokument är tidsödande att upprätta samtidigt som de kräver expertkunskap för framtagandet. Och som vi alla vet: Experter kostar pengar – mycket pengar.

DokuMera är ett B2B-företag som hjälper människor i svenska företag till en lönsammare och bekvämare tillvaro genom att tillhandahålla digitala dokument via internet. Tillsammans med sakkunniga experter har vi under åren tagit fram tusentals mallar för bland annat juridiska och ekonomiska dokument som säljs både via e-handel och genom personlig försäljning.

Under åren har DokuMera utvecklat Sveriges största databas av digitala, exempelbaserade dokumentmallar, riktade mot företag och organisationer. Produkterna laddas enkelt ned från Internet av våra kunder – företag och organisationer – och kan köpas styckvis eller genom att teckna ett årsabonnemang.

www.dokumera.se
info@dokumera.se