

Få kundens oppmerksomhet med en **INTERESSEVEKKER!**

Av Olav Kyrre Fjeld, MaCRM

Vi har alle hørt taleren som trollbandt forsamlingen fra første stund. Vi har sett TV-reklame der vi ble interessert og tenkte wow! Vi har også merket på kroppen de gangene en selger har gjort oss interesserte i sitt budskap umiddelbart. Både taleren, reklamen og selgeren har en ting felles. De har en interessevekker som fanger vår oppmerksomhet. Nå tenker du kanskje at du verken holder taler eller er en TV-reklame. Nei, men du er selger. Som selger driver du med kommunikasjon. Om du ikke har kundens oppmerksomhet 100 prosent fra du starter møtet, så sliter du med resten av kundesamtalen. Det er vel ikke overraskende om jeg forteller deg at kunden sliter også.

Det denne artikkelen skal gi deg er noen tips om hva du kan gjøre for å få kundens oppmerksomhet fra starten. Først vil jeg gi deg en innføring i en av de gode, gamle teoriene (fra slutten av 50-tallet) som gir oss en forståelse av prosessen vi må ha kunden igjennom når vi skal selge noe. Videre tar jeg opp hvor viktig det er med et positivt uttrykk, og tar det videre til selve interessevekkeren. Vi starter med å se på AIDA modellen.

AIDA

AIDA er salgs modell fra slutten av 50-tallet. Mange vil mene at den er langt mer relevant i dag enn da den ble laget. AIDA er et akronym og står for:

A – Attention (Oppmerksomhet)

I – Interest (Interesse)

D – Desire (Ønske)

A – Action (Handling)

Når du har fått kundens **oppmerksomhet** og budskapet ditt er relevant får du kundens **interesse**. Om vedkommende mener at ditt produkt eller tjeneste kan løse et problem eller klargjøre et behov om forbedring, oppstår det et **ønske** om å anskaffe produktet. Neste steg er da å motivere kunden til **handling**.

Det er ditt ønske for å få kundens fulle oppmerksomhet og interesse som gjør AIDA relevant her. Du har kort tid på deg til å få kunden med. Om du ikke klarer det, er det ikke sikkert at kunden er med deg under møtet.

Det er flere faktorer som spiller inn de første minuttene du er sammen med kunden. Før du i det hele tatt er i en posisjon til å levere en strålende interessevekker skal du gjøre et godt førsteinntrykk. Dette innvirker på kundens oppfatning av deg. Dette er med på å bygge det positive bildet kunden skal ha av deg når du skal åpne møtet med entusiasme og engasjement.

Du har kun **1** mulighet til å gjøre et godt førsteinntrykk!

Det første du skal være klar på er hvordan du ser ut. Ren i tøyet og riktig kledd i forhold til hvem du representerer. Når du går inn døren til bedriften der du har ditt møte er du rak i ryggen, klar i stemmen og du gir et selvsikkert inntrykk. Ikke selvgod, det er noe annet. Vi ønsker å gjøre business med folk som har troen på seg selv og det de representerer. Derfor skal du også ha et fast, godt håndtrykk, se kunden i øynene når du sier hva du heter, og ha et positivt uttrykk.

Vær positiv!

Om kunden spør deg om det var vanskelig å finne frem, så sier du at det gikk fint. Ingen problemer. Det sier du uansett. Du vil unngå å starte samtalen med å fortelle hvor klønete lokalisering de har. Om du har rotet rundt fordi du ikke har satt av godt med tid for å finne frem i tide, så skal ikke kunden brys med det. Når dere så setter dere ned for å komme i gang, skal du åpne denne delen av møtet slik at kunden får et ønske om å bruke tid med deg. Jo da, kunden har satt av tid til å treffe deg, så han er interessert. De fleste selgere starter på den samme kjedelige måten. "Jeg vil presentere for deg, jeg vil informere deg om" og så videre. Selv om kunden sitter der rent fysisk, så vet vi at mange reiser av gårde i egne tanker. De tenker gjerne at her kommer den samme lekse om igjen.

Din jobb er så viktig at du må ha med deg kunden 100 prosent helt fra starten. Kunden vil engasjeres og inspireres. Kunden vil at du skal ta ham med på en reise der du som guide introduserer ham til noe han bare må være med på.

Det er lov å gjøre noe andre ikke gjør. Du bør faktisk gjøre noe konkurrentene ikke gjør. Da skiller du deg fra resten. Hvis ikke, nei da blir du like kjedelig som alle de andre grå og triste selgerne som besøker kunden fordi de skal ha en viss møtetfrekvens. Du er ikke slik!

Husk at kunden stiller seg selv mange spørsmål både før og under møtet. Blant annet:

- Hvorfor skal jeg bruke tid på deg?
- Hvorfor skal jeg skifte leverandør?
- Hvorfor skal jeg kjøpe mer?

Interessevekkeren må være **kort, direkte og fokusert**. Den kan starte med:

- ... i dag vil jeg fortelle deg hvorfor ...
- .. se for deg en situasjon der
- .. det jeg vil diskutere med deg i dag ...



Ikke start med "jeg vil presentere..." eller "jeg er her for å informere ..". Dette gjør de fleste, og er dørgende kjedelig. Du skal gjøre noe de andre ikke gjør. Sil ut ord

du ikke trenger. Vi har en tendens til å bruke fyllord. Ord som bare er der, slik at det høres ut som vi sier mer enn vi gjør. Bruke gjerne sterke ord som "maksimere", "øke", "spare", "økt produktivitet", "forbedre" eller noe slikt. Litt mye syns du? Husk at det er en grunn til at du sitter på kundemøtet. Du har noe å fare med. Du er der fordi du og din bedrift kan hjelpe denne kunden med noe.

Dette kan hjelpe deg i gang med å lage en interessevekker som hjelper deg i gang med ditt kundemøte. Bruk litt tid på å skrive ned flere forskjellige forslag. Snakk med kolleger om hva de gjør. Tren for deg selv og med gode kolleger.

Kanskje du liker å gå fra den delen der du forteller litt om deg selv og din bedrift og rett til SPIN eller andre metoder for å avdekke kundens utfordringer og eventuelle behov. Da kan du stille spørsmål, praktisere aktiv lytting og ta tak i noe av det kunden sier og gjøre det til din interessevekker. La oss se på et eksempel:

*Tenk at du selger et legemiddel til behandling av høyt blodtrykk. Du har avdekket at kunden (legen) er bekymret for bivirkningene til denne typen legemiddel. Bivirkningene gjør hverdagen til pasientene slitsom. Du sier: ".jeg hører du sier at pasientene får en slitsom hverdag. **Det jeg vil diskutere med deg i dag er hvordan "vårt medikament" kan bidra til en bedre....."***

Du tenker kanskje at dette høres banalt ut, eller dette kan ikke "jeg" gjøre. Om du ønsker å ha gode møter der kunden er mentalt til stede fra start til avtale er gjort, da tar du steget og prøver en ny vei til å få enda bedre møter.

1. Start med å skrive ned flere interessevekkere. Du vil ikke ta med en lapp inn til kunden, men det hjelper deg i dine forberedelser.
2. Lag interessevekkere der du har forskjellige scenarier i tankene. Du har sannsynligvis hatt flere møter tidligere og har en formening om hva som møter deg.
3. Øv og rollespill de forskjellige interessevekkerne helt til det sitter som om du aldri har gjort annet.
4. Hold sansene våkne når du kjører din interessevekker for å se hvordan kunden reagerer. Noen ganger må du bruke plan B.
5. Før du går inn på møtet, så tenk "om jeg skulle ha møte med meg selv, hvorfor skal jeg gjøre forretninger med meg?".
6. Husk at din interessevekker kun er ord. Du må levere med oppriktig engasjement og entusiasme.

Artikkelforfatteren eier og driver firmaet FJELDET. Han er kommunikasjonstrener og sparringpartner, og har mange års erfaring som nordisk og internasjonal trener og coach.

Denne artikkelen kan printes til eget bruk. Ved videre bruk skal det refereres til Olav Kyrre Fjeld, FJELDET©.