

ÖVNING – identifiera viktiga områden i er säljroll

Kursdeltagare namn: _____

INSTRUKTION

Skriv med en siffra vilka områden som ni anser är viktigast i Er säljroll under **VIKTIGT**

1: Helt oviktig 3: Viktig 5: Mycket Viktig

Skriv med en siffra vilken status ni har på arbetsplatsen idag, under **STATUS**

1: Mycket låg 3: Medel bra 5: Mycket bra

Skriv med en siffra hur stort GAPET är mellan VIKTIGT och STATUS, under **GAP**

Exempel: VIKTIGT (5) STATUS (1) GAP (4)

Ni är fria att fylla i **FLER OMRÅDEN** som är unika för er arbetsplats på tomma rader under respektive rubrik, eller under **ÖVRIGT** på sida 3

SYFTET med den förenklade GAP-analysen är att ge en övergripande bild av vad som är viktigt i er säljroll, och om det finns områden på arbetsplatsen som behöver förbättras.

GAP-analyser kan utformas på flera olika sätt, och innehålla fler eller färre områden.

Nedan är en förenklad version endast avsedd för Utbildning Säljare Nivå 1

Kursdeltagare namn: _____

OMRÅDE	VIKTIGT	STATUS	GAP
KUNDBEARBETNING / MÖTESBOKNING VIA TELEFON			
Tyst miljö			
Bra head-set			
Bra systemstöd / CRM / bearbetnings listor			
Tillgång till produkter/priser/information			
USPar och säljargument			
NYKUNDSBEARBETNING ÖVER TID			
CRM / Systemstöd			
Tydliga rutiner, processer och arbetssätt på arbetsplatsen			
Hjälp, stöd och stöttning från försäljningschefen (FC)			
Mål och uppföljning			
Gemensamma kundaktiviteter (mässor, demo, resor, presentationer m.m.) som drivs av FC			
NYKUNDSBEARBETNING – KUNDBESÖK			
Förberedelse och taktik – kreditkontroll från ekonomiavdelningen			
Förberedelse och taktik – stöd från kollegor, chefen och övriga i organisation			
Reseplanering – systemstöd (vid bokning av flyg, resor, hotell m.m.)			
Strategi, plan och mål med kundbesöket			
Säljstöd (säljprocessen, USPAs, säljargument, prislistor, produktblad m.m.)			
FRÅN PROSPECT TILL KUND			
CRM / Systemstöd			
Tydliga rutiner, processer och arbetssätt på arbetsplatsen			
Hjälp, stöd och stöttning från försäljningschefen (FC)			
Stöttande funktioner från företaget (automatiska utskick, erbjudanden, prislistor, inbjudningar m.m.)			
BEFINTLIGA KUNDER			
En bra arbetsmiljö (som möjliggör att ni kan ringa/maila kunderna efter era och kundens behov)			
CRM / Systemstöd			
Tydliga rutiner, processer och arbetssätt på arbetsplatsen			
Hjälp, stöd och stöttning från försäljningschefen (FC)			
Stöttande funktioner från företaget (automatiska utskick, erbjudanden, prislistor, inbjudningar m.m.)			
Säljstöd (säljprocessen, USPAs, säljargument, prislistor, produktblad m.m.)			
Hjälp av innesäljare			
Hjälp av receptionist			
Hjälp av ekonomiavdelningen			
Hjälp & stöd av andra relevanta avdelningar (produktion / tjänster / projektledning m.m.)			
Gemensamma kundaktiviteter (mässor, demo, resor, presentationer m.m.) som drivs av FC			
Analys (TB / TG, intäkter, kostnader, TB starka produkter/tjänster, volymer m.m.) från FC			
ARBETSPLATSEN			
Tydligt kommunicerat: Strategi, Plan, Mål, och KPI:er			
Tydlig mötesstruktur: Strategi möten, Mål och uppföljningsmöten, Planeringsmöten, Säljmöten			
Visuell planering: Planeringstavla manuellt eller digitalt med: Mål, KPI:er, Resultat, m.m.			
Förbättringar: Företaget analyserar vad som kan förbättras, och arbetar med ständiga förbättringar			
Standards kring försäljning: Företaget har standards så alla pratar "samma språk" (kundtyper m.m.)			

