

## **Annonsesalg**

Knut Elvebakk, Salgsutvikling as

### **En god selger**

- Selger ideer, ikke presentasjoner.
- Tar utgangspunkt i kundens situasjon og behov.
- Er flink til å lytte og utnytte det kunden sier.
- Fanger opp og utnytter kjøpssignaler.
- Styrer mot beslutning.
- Godt forberedt.
- Systematisk og målorientert.
- Prioriterer salgstid. (Kundemøter)

### **Annonseselgerens utfordring.**

Hvordan få kunden til å se sammenhengen mellom annonsen og resultatet i egen butikk?

Hvordan beregne resultatet:

- Opplag/abonnenter:
- Ant. som leser avisen:
- Ant. som ser annonsen:
- Ant. som leser annonsen:
- Ant. som er/blir interessert:
- Ant. som kommer til butikken:
- Ant. som kjøper:
- Oms. pr. kunde:
- Oms. totalt:

## Kundemøtet

- Mål for møtet.
- Disposisjonen.
  - Informasjon og aksepter: Hva skal jeg spørre om og etter?
  - Argumenter med vekt på nytteverdi for kunden. (Som kunden forstår)
  - Styre mot beslutning.
- Følge opp for å legge grunnlaget for neste salg.

## Salgsteknikk

- Du får svar som du spør!
- Feil formulerte spørsmål kan ødelegge salgssamtalen.
- Riktig formulert spørsmål gir deg muligheter og du beholder styringen på samtalen.

## Styring av samtalen

- Spørsmål for å få informasjon:
  - Hvorfor skal kundene velge din butikk?
  - Hvor mange bør være mulige kunder?
  - Hvilket tilbud kan du lage for å få flere kunder til butikken?
- Spørsmål for å styre:
  - Hvis 5000 personer ser og leser ditt tilbud, hvor mange burde komme til butikken?
  - Hva er det viktigste, annonseprisen eller antall kunder til butikken?

## Mediebyrået

- Status:
  - Ønsker gode og riktige løsninger for sine kunder.
  - Er mottakelige for nye og annerledes løsninger.
  - Blir over informert med informasjon de har tilgang til.
- Aktivitet:
  - Må besøkes. Fokuser på hvorfor lokalavisen leses så grundig av så mange. (Redaksjonelle)
  - Hvilke løsninger kan avisen tilby?
  - Send oppdatert informasjon til fagansvarlig.
  - Få en venn som kan hjelpe deg internt.