

ATTRAHERA KUNDER

49 HEMLIGHETER TILL HUR DU BEHÅLLER OCH
SKAFFAR DIG NYA KUNDER!



AV VIVIANN LABBA

Attrahera Kunder!

ViviAnn Labba

Agera Business Smart®:

Attrahera Kunder!

– 49 hemligheter till hur du behåller
och skaffar dig nya kunder

Business Smart

Andra böcker utgivna av författaren:

Agera Business Smart: **Paketera din kunskap och Tjäna mer!** (2009)

Agera Business Smart®:

Attrahera Kunder!

– 49 hemligheter till hur du behåller och skaffar dig nya kunder

ISBN: 978-91-978074-1-8

Copyright © 2009 ViviAnn Labba och Business Smart®

Författare: ViviAnn Labba

Omslag: Linn Niska, Din Assistent Online

Förlag: Business Smart®, Olden 231, 830 51 Offerdal

Printed in Sweden by: Books-On-Demand, Visby

Bokbeställning: viviann@BusinessSmart.se

www.BusinessSmart.se

KOPIERINGSFÖRBUD

Detta verk är skyddat av upphovsrättslagen. Mångfaldigande av innehållet i denna bok, helt eller delvis, är enligt lagen om upphovsrätt förbjuden utan medgivande av författaren samt förlaget.

Den här boken har en informativ och lärande karaktär. Bokens syfte är att utbilda och underhålla. Författaren och förlaget utfärdar ingen garanti att den person som följer dessa tekniker, förslag, tips, idéer eller metoder kommer att bli framgångsrik och tjäna mer pengar. Författaren och förlaget bär inget ansvar för de eventuella förluster eller skador som orsakas läsaren varken direkt eller indirekt av den information som uppges i boken.

Innehållsförteckning

Citat	7
Tips och Råd	8
Omdömen från tidigare kunder	9
Förord & Författarens Tack	11
Attrahera potentiella kunder till ditt företag.....	13
Olika vägar till nya kunder.....	29
Skaffa dig fler kunder genom att samarbeta	49
Sälj in dig hos kunden och säkra affären.....	67
Gör ditt bästa för kunden - det kan ge dig fler affärer	85
Håll regelbunden kontakt med kunden.....	105
En inbjudan från ViviAnn Labba	123
Kostnadsfria böcker.....	124
Om författaren	127
Kontakta ViviAnn Labba & Business Smart®	129

**I Work From Joy
And Live From Flow**

**With My Mind at Ease
It Will All Be Peace**

ViviAnn Labba

Gratis Tips & Råd

GRATIS RAPPORT: 3 enkla steg till fler kunder, mer pengar och ett mer tillfredställande företagande!

Om du är företagare och vill utveckla ditt företag så att du gör smartare marknadsföring och tjänar mer pengar, så behöver du börja någonstans. Ladda ner gratis rapporten och få några tips och idéer om detta.

Besök hemsidan: www.BusinessSmart.se och lämna ditt namn och e-postadress så får du del av rapporten.

GRATIS RAPPORT: 97 sätt en Assistent Online kan hjälpa dig att öka omsättningen i företaget.

Konsten att växa och tjäna mer pengar i företaget är att Du fokuserar det du är bäst på medan andra gör resten. Ladda ner vår gratis rapport om virtuella assistenter och hur de kan hjälpa dig – det finns minst 97 olika sätt för detta.

Vill du veta mer gå till vår hemsida: www.DinAssistentOnline.se och i utbyte mot ditt namn och din e-postadress får du rapporten.

OBS! Samtidigt som du laddar ner rapporterna får du tillgång till vårt nyhetsbrev via e-post som utkommer några gånger i månaden.

Omdömen från de som lyssnat på och samarbetat med ViviAnn Labba och Business Smart

”ViviAnn Labba lyckades överträffa mina förväntningar.

Ambitionen var att leverera ny energi till en trött skara medarbetare samt en djupare insikt i kundvård för att kunna ligga på WOW i servicenivå.

Hon förmedlade energi och känslor från start till mål. En välmatad föreläsning följdes av grupparbeten där engagemanget var på topp.”

**Helen Salomonsson,
Kontorschef och Auktoriserad Revisor
Öhrlings Pricewaterhouse Coopers, Östersund**

”ViviAnn Labba ger dig nyckeln till bättre coachingföretag.

Att lyssna på henne är som att tillföra en vitamininjektion. Jag har fått många nya insikter och idéer och hon har levererat mer än vad jag förväntade mig.

Jag rekommenderar henne mycket gärna till andra företag och organisationer som söker efter en föreläsare som är entusiastisk och energisk i sitt budskap och levererar kvalitet!”

**Anette Palmqvist, VD Tremaq AB,
Deltagare vid Sverigekonferensen för International
Coachfederation (ICF), Göteborg**

"ViviAnn Labba är en av de mest inspirerande och underhållande föreläsare som finns inom marknadsföring och försäljning.

Hon är full av idéer om hur du tar dig och ditt företag eller organisation till nästa nivå. Följ hennes råd och du kommer att se resultat!"

Eva Marie Rellman, Företagarcoach
Deltagare vid Sverigekonferensen för International
Coachfederation (ICF), Göteborg

" Din föreläsning var fantastisk! Du tog mig med storm och levererade mer än vad jag hade förväntat mig!

Tack för att du hjälpte mig att komma vidare i tänket med försäljning och marknadsföring. Din entusiasm och energi är smittsam! Jag har fått många nya insikter och idéer som jag ska arbeta vidare med.

Jag rekommenderar dig mer än gärna som föreläsare."

Nina Thörnwall-Henriksson, Coach & Arbetsförmedlare
Deltagare vid Sverigekonferensen för International
Coachfederation (ICF), Göteborg

"Du kommer inte att ångra dig. Du kommer att lära dig massor av saker, nya idéer, nya infallsvinklar, mycket energi och motivation får man. Du är otroligt kunnig, du vet vad du pratar om och är lättsam att ha att göra med. Det är ett rent nöje! Jag är jättenöjd!"

Annelie Hirschfeld, Footprints Coaching & Consulting AB,
Stockholm

Förord & Författarens Tack

Min passion är att hjälpa dig som företagare att utveckla ditt företag, göra smartare marknadsföring och tjäna mer pengar!

Denna gång är fokuset på kunden. Kunden är företagets bästa vän – utan kunder ingen omsättning i företaget. Den här boken ger dig tips om hur du kan behåller och skaffar dig nya kunder. Boken innehåller artiklar som publicerats på olika internetforum för företagare under åren 2008-2009.

Att som företagare kontinuerligt lära sig mer och mer och sedan omsätta det i praktisk handling är den bästa vägen till framgång. En annan väg är att anlita coacher och delta i mastermind grupper för att bli utvecklade och bli ännu bättre.

Vad gör du för att utveckla ditt företagande?

Jag vill tacka alla mina kunder, kollegor och ni som läser mina nyhetsbrev för den feedback jag fått av er! Jag vill också tacka alla i min familj, vänner, bekanta, mina mentorer och coacher. Ingen nämnd och ingen glömd! Ni har alla bidragit till att ännu en bok blivit verklighet. Tack från djupet av mitt hjärta!

Ett speciellt tack till min bästa vän, livskamrat och fästman som har stått bakom mig och stöttat mig i stunder av inspiration såväl som i stunder av frustration.

Tack för att du finns där för mig!

ViviAnn Labba
Olden augusti 2009

Attrahera potentiella kunder till ditt företag!

*”Det handlar om det du gör för att bygga
goda relationer med människor.*

Goda relationer kan leda till affärer”

1.

Din egen aktivitet avgör

Om du inte syns, så finns du inte på marknaden.

Ta dig en funderare om du verkligen marknadsför dig på de platser eller genom de kanaler som ger dig presumtiva kunder.

Svara på dessa frågor:

- Vad gör du för att synliggöra dig och ditt företag?
- Behöver du ändra marknadsföringstaktik för att locka till dig fler kunder?

Action Steps – det här ska jag göra:

2.

Hitta dina tänkbara kunders "hang-outs" både online och offline

Att hitta dina kunders "hang-outs" betyder att du gör research om var dina kunder gillar att befinna sig online dvs. på internet och offline dvs. utanför internet.

När du har hittat dessa platser, välj var du och ditt företag ska synas.

Svara på dessa frågor:

- Vilka är mötesplatserna på internet?
- Vilka är mötesplatserna utanför internet?

Action Steps – det här ska jag göra:

3.

Locka potentiella kunder till din hemsida genom att annonsera online

Du kan nå ut till kunder genom att annonsera på internet. Du behöver skapa en lockande annonstext och hitta sökord som din annons ska kopplas till. Sen är det bara och tuta och köra!

Använd en annonsera online tjänst ex. Google Adwords. Skapa en annons med en lockande text, koppla texten till sökorden och hoppas att någon finner din annons intressant och klickar vidare till din hemsida.

När den presumtiva kunden nått din hemsida vill du veta vem personen är för att kunna hålla kontakten som kan leda till fler affärer. Hur gör du det? Jo, genom att erbjuda dem en belöning för att de hittat till din hemsida (se nästa tips).

Svara på dessa frågor:

- Vill jag testa annonsering online
- Vad ska det stå i min annonstext?
- Vilka sökord vill jag koppla till min annons?

Action Steps – det här ska jag göra:

4.

Belöna de som besöker din hemsida!

Se till att belöna de som besöker din hemsida genom att erbjuda dem någonting intressant som de kan ta del av omedelbart.

Det kan vara ett erbjudande om ett nyhetsbrev eller en rapport, e-bok, ljudfil eller video som de får tillgång till när de lämnat sitt namn och e-postadress på hemsidan.

Passa också på att fråga om deras behov och intressen, för att förvissa dig om att du erbjuder dem rätt saker. Gör du det är du ett steg närmare en affär.

Svara på frågan:

- Hur ska jag belöna de som besöker min hemsida?

5.

Använd statistikverktyg till att hitta potentiella kunder

Du kan använda ex. gratisverktyg som Google Analytics eller Statcounter till att bevaka vem som besöker din hemsida.

Genom att studera den statistiken kan du nysta fram vilka företag som besöker din hemsida och sedan kontakta dem för att höra om deras behov.

Kort sagt: se vilka som besökt din hemsida och kontakta dem.

Svara på frågan:

- Vill jag testa Google Analytics/Statcounter för att undersöka vilka som besökt min hemsida?

Action Steps – det här ska jag göra:

6.

Skaffa "affiliates" som säljer åt dig

Om du har en tjänst eller produkt som du vill sälja mer av så kan affiliates vara en lösning dvs. andra företag eller personer som hjälper dig att marknadsföra ditt företag och därmed ge dig fler kunder.

För att skaffa affiliates ska du ha färdiga produkter som andra kan sälja. Har du det, så testa detta!

För att detta ska lyckas behöver du hjälpa dina affiliates med information om dina produkter och tjänster så att de kan marknadsföra dig på bästa sätt i sina egna kanaler.

Det kan ge dig nya kunder och nya affärer beroende på hur ni sätter upp ert samarbete. En del har affiliates som marknadsför tjänsten/produkten och vid varje köp får personen en ersättning av dig. Du kan också ha affiliates som lockar presumtiva kunder till din hemsida.

Svara på dessa frågor:

- Vad kan andra sälja åt mig?
- Vad är jag beredd att betala dem (för varje köp eller för varje potentiell kund som kommer till hemsidan?)

7.

Köp kundlistor eller "leads"

Om du själv inte vill fixa kontakterna till potentiella kunder och har en kassa att ta av, så kan du anlita företag som ordnar dessa åt dig. Dessa kontakter som du köper brukar kallas för "leads".

Du kan alltså köpa listor med namn på personer som du sedan kan bearbeta och skapa en relation med som sedan kan leda till att de köper varor eller tjänster av dig.

Dessa listor kan bestå av information om potentiella kunder, deras adress, ålder, kön, boendeort, inkomst, intressen och köpvanor.

När du sedan har en väljer du hur du vill marknadsföra dig för dessa personer. Det kan röra sig om att skicka nyhetsbrev, reklamblad eller en katalog till dem för att få de intresserade av dig.

Svara på dessa frågor:

- Hur kan jag få tag i potentiella kunder?
- Är jag intresserad av att köpa listor?
- Om jag köper en lista, hur ska jag marknadsföra till dem?

Action Steps – det här ska jag göra:

Olika vägar till nya kunder!

"Kunder är A och O i din verksamhet.

*Det är kunderna som ser till
att du får lön!"*

Action Steps – det här ska jag göra:

8.

Skaffa en hemsida på internet med relevant sökmotoroptimering

Din hemsida är en av de viktigaste marknadsföringsplatserna för dig.

Genom smart design av hemsidan och rätt sökmotoroptimering kan du driva trafik till din hemsida, som sedan genereras till kunder.

Jag rekommenderar att din hemsida innehåller följande;

- Möjlighet att anmäla sig till ditt nyhetsbrev
- Möjlighet att beställa och betala för dina tjänster/produkter
- Få tips och råd av dig
- Få veta din bakgrund
- Vad du erbjuder
- Hur de får kontakt med dig

Svara på dessa frågor;

- Hur kan jag utveckla min hemsida?

9.

Starta en blogg och skriv!

Starta en blogg och skriv om det som du hjälper människor med.

Leta upp andra bloggar som skriver om samma saker som du och börja kommentera deras bloggar. Det kan göra att fler får upp ögonen för din blogg och dina tjänster och produkter.

Att ha en blogg kopplad till ens hemsida kan också skapa mer trafik till din hemsida.

10.

Nätverka Online

Att nätverka är ett bra sätt att hitta fler kunder. Att använda sig av de sociala mötesplatserna, alla forum och nätverk som finns på internet är en fantastisk väg för att nå nya kunder på. Det är också ett sätt att skapa kontakter och bygga relationer, som kan generera affärer.

När du är med där, så synliggör du din kompetens och din kunskap genom att tipsa om olika saker som dina kunder behöver veta eller tänka på.

Facebook, Linked in, Twitter är några sociala mötesplatser likaväl som olika branschspecifika internetforum. Gör en sökning på internet för att se vad som finns i din bransch.

Svara på dessa frågor:

- På vilket sätt kan jag nätverka online?
- Vilken mötesplats känns rätt för mig?
- Hur ska jag börja?

11.

Nätverka Offline

Att använda sitt befintliga nätverk till att hitta kunder offline dvs. utanför internet är en annan smart lösning.

Gå igenom ditt nätverk idag. Hitta igen gamla klasskompisar eller gamla jobbkollegor. Ta kontakt med dem igen. Fråga vad de gör och berätta vad du gör. Det kanske inte leder till affärer på en gång, men om de sedan letar efter en kompetens så kanske de minns dig.

Du kan också använda branschnätverk till att synliggöra vad du gör och för vem. Nätverk som Lions och Rotary är också bra vägar till att synliggöra dig som företagare.

Sen finns det massor av andra metoder att nätverka offline – det är bara du själv som sätter begränsningarna.

Att nätverka kan till och med vara att prata med en främling på stan.

Svara på dessa frågor:

- Vilka nätverk har jag?
- Var kan jag börja?
- Vad vill jag att de ska minnas om mig?

Action Steps – det här ska jag göra:

12.

Håll föredrag och föreläsningar

Att föreläsa och prata om det du gör är ett bra sätt att synliggöra dig och ditt företag. Det kan leda till att du får fler kunder.

Leta upp föreningar, organisationer eller nätverk där du kan hålla en kort föreläsning eller anmäl dig till ett talarforum om du känner att du har ett bra koncept att presentera.

Att börja föreläsa lokalt är en bra början. När du sen fått erfarenhet så kan du erbjuda dina föreläsningar till större företag och organisationer.

Svara på dessa frågor;

- Vad kan jag föreläsa om?
- Var ska jag börja?

Action Steps – det här ska jag göra:

13.

Skriv en bok

Att skriva en bok är ett bra sätt att etablera dig som en auktoritet och kunnig person inom ditt område.

Idag kan du skriva en bok, få den publicerad och tryckt via ett print-on-demand företag till en rimlig och låg kostnad. Fördelen med print-on-demand är att du styr processen själv. Du behöver inte trycka upp tusentals böcker i förväg, utan boken kan tryckas när någon beställer den. Boken trycks också relativt snabbt. Från färdigt manus tar det bara några dagar innan du har din bok i handen. Nackdelen är att du står för alla kostnader själv.

Ett annat alternativ är att du publicerar din bok genom ett större förlag. Fördelen är att ett stort förlag har mer pengar att satsa på dig och marknadsföringen av boken. Nackdelen är att du ofta får vara beredd att ge bort en stor del av förtjänsten till förlaget samt att publiceringstiden kan bli mycket längre. Det kan ta över ett år innan boken finns ute på marknaden.

Svara på dessa frågor:

- Vad kan jag skriva en bok om?
- Hur vill jag publicera den, själv eller genom ett förlag?

Action Steps – det här ska jag göra:

14.

Skriv artiklar

Skriv artiklar om dina tjänster och produkter som du säljer i ditt företag och publicera dessa på artikelforum.

När en artikel en gång blivit publicerad i ett artikelforum, så blir den sökbar för alla som vill veta mer om just det du gör.

Chansen att någon söker en artikel om det du gör och hittar just din kan vara stor! Ju fler artiklar du skriver desto bättre blir det.

Artiklarna kan också publiceras på din blogg eller i olika forum.

Svara på dessa frågor:

- Vad kan jag skriva artiklar om?
- Var vill jag publicera dessa?

Action Steps – det här ska jag göra:

15.

Skriv pressmeddelanden

Att skriva pressmeddelanden och skicka till media lokalt, regionalt och nationellt kan vara bra väg att synliggöra din verksamhet.

Att bli publicerad är mycket bra reklam och gör att fler hittar till dig och din verksamhet.

Du behöver ta reda på vilken media du vill nå och sen skicka dina pressmeddelanden dit.

Att publicera pressmeddelanden på olika pressrum på internet är också effektivt eftersom många journalister går igenom dessa pressrum för att hitta olika nyheter.

Svara på dessa frågor;

- Vad vill jag att media ska få veta om mig och mitt företag?
- Var ska jag publicera dessa?

16.

Håll teleklasser och telefonkonferenser

Håll teleklasser eller telefonkonferenser där du informerar och lär ut olika delar i det du gör.

Att hålla teleklasser är ett utmärkt sätt att bygga upp ditt anseende, fånga upp intressanta behov och vinklingar av det du gör samt marknadsföra ditt arbete och dig som en kompetens.

Att hålla teleklasser är ett billigt marknadsföringssätt som du kan genomföra vart du än befinner dig så länge det finns en telefon i närheten.

Svara på denna fråga;

- Vad kan jag informera och lära ut vid olika teleklasser?

Skaffa dig fler kunder genom att samarbeta!

*"Att samarbeta med andra är
ett effektivt sätt för dig att få
fler kunder, etablera dig i en bransch
samt att öka intäkterna i ditt företag.*

*Att samarbeta öppnar dörrar för dig
att ta in annan expertis än din egen".*

Action Steps – det här ska jag göra:

17.

Hitta anledningar till samarbete

Att samarbeta med andra ger:

- Ett ökat värde till dina kunder
- Tillgång till annan expertis, kunskap eller verktyg
- Möjligheter att skapa produkter/tjänster tillsammans
- Dig möjlighet att sälja andras produkter/tjänster till dina kunder
- Dig resurser som du annars inte har i ditt företag
- Förbättrad trovärdighet genom att samarbeta med andra som är mer kända och etablerade än du själv
- Dig en snabbare etablering inom din bransch.
- Kunskaper om sådant du inte kan

Svara på denna fråga;

- Vad kan jag bidra med för att locka andra företag till samarbete med mig?

18.

Samarbete som hävstång i ditt företagande

Om du enbart fokuserar på att tjäna pengar så kommer ditt samarbete inte att bli särskilt lyckat.

Samarbete handlar om mer än bara pengar. Det öppnar helt nya vägar för dig som företagare och fungerar som en hävstång för din fortsatta företagsutveckling.

Så var uppmärksam på vad syftet är med ditt samarbete med någon.

Ha kundfokus!

Svara på denna fråga;

- Vad för slags samarbete kan utveckla mitt företag?

Action Steps – det här ska jag göra:

19.

Tydliggör ditt erbjudande

För att skapa smarta samarbeten behöver du tydliggöra vad du kan erbjuda en potentiell samarbetspartner och vad vinsten blir för dina kunder.

Du behöver lägga upp en plan och strategi för hur du ska agera för att få till stånd samarbeten med andra företagare.

Huvudtemat är att alla parter ska vinna på ett samarbete: du, din samarbetspartner och framför allt kunden.

Svara på denna fråga:

- Hur kan jag skapa en "win-win" situation för mig och för min samarbetspartner?
- Vad kan jag erbjuda dem för att de ska vilja samarbeta med mig?

20.

Undersök vilka du vill samarbeta med

Inventera ditt behov av andra kompetenser, lösningar och produkter/tjänster i ditt företag.

Den här fasen är viktig. Det är inte bara att samarbeta med vem som helst och hur som helst. Snarare ska du ha tänkt igenom anledningen till samarbetet och vad du kan erbjuda andra samt vad det kan leda till.

Svara på denna fråga:

- Vilka samarbetspartners är aktuella för mig?

21.

Skapa ett attraktivt erbjudande

Du behöver utgå ifrån att samarbetet ska bli en "win-win-win" situation för dig, samarbetspartnern och era kunder.

Du behöver ta fram argumenten för varför de ska vilja samarbeta med dig och vad de kan vinna i ett samarbete med dig.

Tänk på det resultat som du vill ha ut av ett samarbete och låt det styra valet av samarbetspartner.

Nyckeln här är att du verkligen vill att det ska gå bra för din samarbetspartner också. Alltså inte bara att samarbetet gynnar dig.

Svara på denna fråga:

- Vilka resultat vill jag ha ut av samarbetet?

22.

Klargör samarbetsformerna

Det finns flera aspekter att ta hänsyn till för att skapa ett lyckat samarbete och resultat.

Du behöver vara förberedd på olika frågeställningar som t.ex. om hur samarbetet ska gå till, hur formellt ert samarbete ska vara, vem som gör vad och hur ni fördelar kostnader och intäkter.

Ni behöver tydliggöra tidsrymden för ert samarbete och vad som sker efter att samarbetet avslutats. Du behöver klargöra spelreglerna.

Svara på denna fråga:

- På vilka sätt vill jag samarbeta?

Action Steps – det här ska jag göra:

23.

Maximera samarbetet

Använd ert samarbete eller er gemensamma produkt/tjänst för att maximera inkomsterna i ditt företag.

En viktig fråga att besvara tidigt i samarbetet är om var och en av er kan och får sälja produkterna/tjänsterna var för sig och behålla intäkterna från detta?

Kan du göra detta, då har du fler möjligheter att paketera och sälja produkten/tjänsten på flera olika sätt och på det viset dra in mer pengar till företaget.

Svara på denna fråga:

- Hur kan vi maximera samarbetet så att jag tjänar pengar på det?

Action Steps – det här ska jag göra:

24.

Rid på vågen av tidigare samarbeten

Har du haft ett bra samarbete - fråga samarbetspartnern om de kan vara referenser åt dig.

Att ha referenser om att du är lätt, rolig och intressant att samarbeta med, är alltid bra att ha.

Erbjud även din samarbetspartner denna möjlighet, efter att ett samarbete har upphört. Det visar på din generösa vilja till att det ska gå bra även för din samarbetspartner.

Rid på vågen av tidigare samarbeten – om de varit lyckade.

Svara på denna fråga:

- Hur kan jag ta vara på samarbeten jag haft eller har?

Action Steps – det här ska jag göra:

Sälj in dig hos kunden och säkra affären!

”Många företagare är passionerade i vad de gör, men när det kommer till försäljning så kan det se helt annorlunda ut.

*En del avskyr att sälja
- andra älskar det.*

I vilken kategori finns du?”

25.

Att sälja eller inte – det är frågan

De flesta företagare som jag coachar hamnar i tre kategorier:

- de som gillar försäljning och gör det med glädje
- de som säljer men vill helst slippa och
- de som undviker det så länge det går

Jag brukar säga till mina kunder att de har tre val: de kan "gilla läget" och jobba på, anlita en säljare som gör jobbet åt dem eller lägga ner företaget. Vad väljer du?

Svara på denna fråga;

- Vem är jag när det gäller försäljning?

Action Steps – det här ska jag göra:

26.

Ta reda på vem som bestämmer hos kunden

Försök att identifiera kundens viktigaste områden för inflytande.

- Vad är det kunden har ansvar för?
- Vad kan de besluta om och vad inte?

Försök att ta reda på om det är rätt person som du pratar med. Om kunden inte har möjlighet att ta beslut i frågan, så är du hos fel person. Du vill prata med den personen som kan ge dig besked om det blir en affär eller inte.

När du fått reda på detta se till att du återför orden till kunden i form av frågor och påståenden ex. "Så du är ansvarig för?".

Svara på denna fråga;

- Hur kan du ta reda på om kunden är rätt för dig?

27.

Hitta företagets svagaste länk

De flesta företagen har utmaningar inom områden som marknadsföring, daglig administration eller så har de brist på fokus och direction i sitt ledarskap.

Ta reda på vilken svaghet kunden har i sitt företag och hur kundens svaghet påverkar företagandet. Försök att få kunden att berätta om konsekvenserna av att inte ha löst dessa problem.

Att du vet vad företaget har för utmaningar gör det lättare för dig att plantera in dina lösningar i de svar du ger till kunden.

Svara på denna fråga;

- Vad kan jag ställa för frågor för att få reda på kunden och företagets svagaste länk?

28.

Få kunden att svara JA flertalet gånger

Se till att du under samtalet med kunden får kunden att svara JA flera gånger. Ställ frågor om kunden och kundens utmaningar så att kunden får tillfälle att svara JA flera gånger.

När kunden svarar JA så blir kunden mer öppen för dig och det du senare i samtalet kommer att erbjuda som lösningar för kundens problem.

Svara på denna fråga:

- Vilka frågor kan jag ställa för att kunden ska svara JA?

29.

Prissätt ditt eget värde

Tala om vilka fördelar det finns med att anlita er. Berätta om vilka resultat tidigare kunder har fått som arbetat tillsammans med er.

Ge kunden en lösning för hur de kan ta sig vidare utan att vara för "säljig". Det kan du göra genom att illustrera ett kundexempel och därigenom väva in ditt företags lösning. Då blir säljet mycket mindre uppenbart.

Svara på dessa frågor:

- Hur kan jag berätta för kunden om våra lösningar utan att vara för säljande?
- Vilka exempel från tidigare kunder kan jag använda?

30.

Konstatera att kunden förlorar pengar om de inte löser eller åtgärdar sitt problem

Du vill få kunden att förstå att de förlorar (ex. pengar) på att inte lösa sitt problem/utmaning.

Säg till exempel så här:

"Baserat på faktat att XXX (deras svaghet i företaget) så tolkar jag det som att ni förlorar XX (ex. pengar, tid eller personal), stämmer det?"

Du vill få kunden att svara ja i detta läge och bekräfta situationen. Det ökar dina chanser för ett gott avslut.

Svara på denna fråga;

- Hur kan fråga för att kunden ska förstå att de förlorar genom att inte lösa sina problem/utmaningar?

31.

Vill kunden lösa problemet?

Vad ska kunden göra för att lösa sin situation?

Påtala för kunden att om kunden hade genomfört vissa åtgärder så hade inte situationen sett ut så här.

Du kan säga exempelvis så här:

"För att uppnå/lösa XXX (problemet/utmaningen) så behöver ni genomföra följande..."

Fråga om det stämmer och om kunden är redo för att hitta lösningar för sina problem/utmaningar.

Svara på denna fråga;

- Hur kan jag förvissa mig om att kunden vill hitta lösningar för sina/företagets problem/utmaningar?

32.

Fråga om kunden vill ha din hjälp

Tala om för kunden VAD du kan göra - men inte HUR du exakt gör det.

Du vill få kunden att förstå att du kan lösa detta.

Fråga om kunden är redo för att göra affärer.

Om de inte är det, fråga kunden om det är någonting mer som de behöver veta för att kunna ta ett beslut.

Svara på denna fråga:

- Hur kan jag veta om kunden är redo för affären?

Gör ditt bästa för kunden - det kan ge dig fler affärer!

"Att vilja din kund det absolut bästa är att ta vara på den goda relation ni byggt upp."

33.

Bygg en relation med kunden

Det krävs en bra relation mellan dig och kunden för att kunden ska köpa av dig.

Du behöver få kunden att lita på dig och dina produkter och tjänster – då först kan de anlita eller handla av dig.

Att vilja sin kund det bästa - är att ta vara på den goda relation ni byggt upp.

Svara på denna fråga:

- Hur kan du bygga goda relationer med dina kunder?

34.

Stärk din trovärdighet mot kunden

Genom att stärka din trovärdighet kan du bli sedd som en auktoritet och mycket kunnig inom ditt område eller bransch.

Att stärka trovärdigheten är att erbjuda kunden vad kunden vill ha till ett bra pris och med kvalitet. Det kan handla om att ge kunden tillgång till en bra kundservice som tack för att de anlitar dig eller att ha miljöcertifierat sitt arbete.

Allt detta gör det lättare för kunden att välja just dig.

Svara på denna fråga;

- Vad kan du göra för att stärka trovärdigheten mot din kund?

35.

Utbilda kunden i det du gör

Ge av dig själv och din kunskap till din kund. Det finns oerhört många sätt att utbilda din kund i det du gör.

Det viktiga är dock att du talar om för kunden vad du gör och hur ni gör det.

Du kan till exempel dela med dig av information som kunden kan dra nytta av, dela med dig av material som kan gagna kunden eller bjuda in till träffar där du berättar om det senaste för kunden.

Du vill att din kund ska veta vad du håller på med. Då blir det lättare för kunden att tala om det för sina kontakter, kollegor eller vänner och bekanta.

Svara på denna fråga:

- Vad vill jag att mina kunder ska veta om företaget och dess produkter och tjänster?

36.

Håll kontakt med kunden

Ta reda på vad som händer hos din kund, hur de har det och hur de mår. Fråga hur det går med företaget och om de ska satsa eller utveckla något nytt.

Du vill veta vad din kund håller på med. Gör en notering, så att du minns det till nästa gång ni talas vid.

Vid nästa samtal se till att fråga eller nämna något om det som ni pratade om gången innan, det gör att kunden känner sig speciell när de hör att du minns detaljer om dem. Det stärker er relation.

Att hålla kontakten med kunden är också bra för att få veta hur samarbetet går, om kunden saknar något eller funderar kring något.

Att du finns i kundens närminne gör det lättare för kunden att tänka på dig som en lösning på problemen.

Svara på denna fråga;

- Hur och när ska jag hålla kontakt med mina kunder?

37.

Håll reda på vad som är viktigt för kunden

Ta reda på vad din kund har behov av, vilka utmaningar de har och vad de behöver hjälp med.

Visa att du är en person som din kund kan vända sig till, om de behöver lösningar på något problem de har.

Om du själv inte kan lösa ett problem åt kunden, så kanske du kan rekommendera andra i ditt nätverk som kan göra det. Då får du återigen "credit" för din kompetens.

Du vinner på att hjälpa din kund!

Svara på denna fråga:

- Hur kan jag få reda på vad som är viktigt för min kund?

38.

Sälj andras produkter till kunden

Det är mycket lättare att sälja till en kund som tidigare har köpt av dig. Kunden har fått uppleva dig och kan till och med känna förtroende för dig och ditt arbete. Det kan göra att kunden lyssnar på dig om du rekommenderar kunden något.

I det här läget har du stora möjligheter att sälja andras produkter och tjänster och tjäna en hacka på det.

Du kanske har samarbetspartners som ger dig en bonus eller procentsats på pris om du lyckas sälja deras varor till dina kunder.

Genom att visa att du inte bara säljer en sak – men flera – så ökar du chansen för fler affärer.

Svara på denna fråga:

- Vad kan dina kunder behöva men som du inte säljer?
- Vilka produkter/tjänster kan du sälja som inte är dina egna, men som skulle ge dig affärer?

39.

Gör kunden glad

Glada kunder ger bra affärer och kanske fler kunder.

Hur kan du göra din kund glad? Tänk på hur du själv skulle vilja bli behandlad som kund?

Tillhandahåll eller erbjud din kund det du själv vill ha. Det kan handla om extra service, bonusartiklar, rabatter, julgåvor eller annat.

Svara på denna fråga:

- På vilka sätt kan du hålla din kund glad?

40.

Fråga om rekommendationer från kunden

Få din nuvarande kund att berätta för andra om hur bra du är och hur tillfreds de är genom att anlita dig. Det ökar möjligheterna för att kundens kontakter kanske också vill anlita dig.

Att du blir rekommenderad av en befintlig kund är den bästa komplimangen och betyget du kan få för det arbete du utför. Resultatet är att du får fler kunder och vem vill inte ha det?

Svara på denna fråga:

- Vad kan du göra för att få dina kunder att rekommendera dig och ditt företag?

41.

Gör dig synlig för kunden

Genom att alltid vara dina kunder behjälplig och ha en serviceanda och vilja hjälpa dem blir du också mer synlig.

Du kan jobba på att synas genom att:

- Tacka dina kunder
- Vara personlig med dem
- Fråga vad de tycker och utveckla dina tjänster och produkter på basis av det.
- Tipsa dina kunder om nytt ex. händelser, verktyg eller annat intressant inom deras verksamhetsområde. etc.

Svara på denna fråga;

- Vad kan jag göra för att bli mer synlig för mina kunder?

Håll regelbunden kontakt med kunden!

*"Ta för vana att ha regelbunden
kontakt med dina kunder!"*

42.

Vårda dina kontakter med blivande och befintliga kunder

Vet du om att det är lättare att sälja till en befintlig kund än att sälja till en helt ny kund?

Nya kunder kräver mer arbete och övertygelse om att du är det rätta valet.

En befintlig kund är lättare att övertyga eftersom kunden redan fått en upplevelse av dig och det du säljer. Förhoppningsvis en god sådan!

Det är alltså mycket viktigt hur du behandlar presumtiva kunder samt de kunder du redan har.

Svara på denna fråga:

- Hur kan jag vårda mina kundrelationer?

43.

Överraska och överleverera till kund

Se till att hela tiden skapa mervärden för kunden.

Levererar du en tjänst/produkt - se till att kunden får lite mer än de har betalat för eller skicka med en bonusprodukt vid leveransen.

Jag har själv upplevt detta från flera företag och jag kan ärligt säga att det är något jag minns. De företagen handlar jag gärna ifrån igen.

Du kan överraska och överleverera genom exempelvis;

- Utlottning av någon tjänst/produkt
- Bonusar i form av biobiljetter eller en middag
- Rabatter på dina samt andras evenemang, tjänster och produkter

Svara på denna fråga;

- Hur kan jag överraska och överleverera till mina kunder?

44.

Få kunden att gilla dig

Människor som du och jag handlar av de vi känner, gillar och litar på. Kom ihåg det.

Gör det enkelt för dina kunder att lära känna dig, börja gilla dig och lita på dig.

Saker du kan göra för att få kunderna att gilla dig är att vara dig själv, vara avslappnad, le när du pratar, lyssna uppmärksam, visa att du förstår genom att ex. nicka, var generös och kom ihåg vad kunden heter.

Svara på denna fråga:

- Hur kan jag få kunderna att fatta tycke för mig?

45.

Dela med dig av din kunskap till alla

Du kan skapa goda relationer med potentiella och blivande kunder genom att dela med dig av din kunskap till alla som du möter, däribland dina kunder.

Det är bara din fantasi som sätter stopp för hur du kan dela med dig av din kunskap.

Några exempel är att:

- publicera artiklar med olika tips och råd på din hemsida
- skicka ut ett nyhetsbrev med jämna mellanrum som ger dina kunder värdefulla tips och råd
- skicka ut ljudfiler med olika budskap
- blogga om dina kunskaper
- hålla gratis teleklasser om det du kan

Svara på denna fråga;

- På vilka sätt kan jag dela med mig av min kunskap till presumtiva och nuvarande kunder?

46.

Fråga efter kundens åsikt

Fråga efter kundens åsikt om det du levererat/utfört åt dem. Fråga vad de vill ha, behöver mer av eller saknar.

När du vet vad kunden vill ha mer av – då kan du välja att skapa de produkterna/tjänsterna till kunden eller tipsa om någon annan som gör det.

Frågor du kan ställa dina kunder är exempelvis;

- *Vad tycker du bäst om av det som vi levererat till dig? Genom att ställa den frågan kan du få reda på fördelarna med din produkt.*
- *Var det någonting du saknade? Vad skulle du vilja att jag levererade mer av? Här kan kunden tala om behov som de har och som du kanske inte har tänkt på.*
- *Har du några förslag på vad vi kan förbättra/utveckla vad gäller vår service och vårt utbud? Här får du förslag om hur du kan utveckla dina tjänster och produkter.*

Svara på denna fråga;

- Vad är det jag vill veta av kunden?

47.

Lyft upp fördelarna med dina produkter och tjänster

Gör det enkelt för kunden att berätta om dina tjänster och produkter och dess fördelar och vinster.

Har du vissa ord och meningar som du associerar din verksamhet/dina tjänster och produkter med, se till att upprepa detta i all kommunikation med kunden.

Ge bort information till kunderna.

Gör det lätt för kunden att minnas fördelarna och vinsterna och dig och det du erbjuder.

Svara på denna fråga;

- Vilka är fördelarna med det du säljer?

48.

Engagera kunden

Aktivera kunden till att prata om dina tjänster och produkter för andra.

Be om dina kunders åsikter om dina tjänster och produkter och ge de en möjlighet att uttrycka detta på din hemsida, blogg eller forum.

Idag sker en stor del av kommunikationen via Internet och olika forum, bloggar och chattar. När kunden är där vill du att de ska komma ihåg dig och ditt företag.

Svara på denna fråga;

- Hur kan du engagera din kund?

49.

Sitt inte och vänta på bättre tider – GÖR något NU!

Oavsett om du tar till dig något av alla dessa tips jag gett dig eller om du kommer på något helt annat – så uppmuntrar jag dig att GÖRA något!

För att behålla och skaffa dig nya kunder så behöver du AGERA.

Att agera är det som leder dig framåt och som kommer att visa dig om det du gör är rätt eller fel eller är bra eller dåligt.

Utan att AGERA så skapar du inga resultat.
Så jag avslutar med att säga; dessa tips som du fått i den här boken hjälper dig att AGERA BUSINESS SMART!

Att agera Business Smart är att få fler kunder och tjäna mer pengar!

Svara på denna fråga;

- Vad är mitt första steg?

En inbjudan från ViviAnn Labba & Business Smart®

Härmed inbjuder jag in dig till **Business Smart® Club**

*“ Jag tror att kontinuerligt lärande och implementering är mycket viktiga delar i en framgångsrik verksamhet. Därför inbjuder jag dig till att lära dig ännu mer i min **Business Smart® Club**. Jag vill nämligen att du ska känna dig inspirerad att ta nya steg varje dag!”*

Business Smart® Club är platsen där du lär dig ännu mer, får inspiration och motivation. Allt med ett syfte: att skapa professionella och lönsamma företag med motiverade och passionerade ägare. Du får ta del av:

- **Konkreta tips för att utveckla ditt företag**
- **Möjligheter för dig att få coaching/rådgivning**
- **Månatliga teleklasser om olika teman/ämnen**
- **Intervjuer med framgångsrika företagare**
- **... och mycket, mycket mer...**

Den här månatliga medlemsklubben hjälper dig att vara fokuserad, motiverad och att agera för att du ska nå de företagsvisioner som du satt upp för dig.

Anmäl dig här: www.BusinessSmartClub.se

För din välgång,

/ ViviAnn Labba

Har du kollegor, vänner eller någon i din familj som skulle dra nytta av att läsa boken?

Du kan nu få 5 BÖCKER GRATIS! Dessa kan du då dela med dig av till andra!

Ärligt talat är det ju så mycket roligare att utveckla sitt företag när man har någon eller några omkring sig som vill samma sak som du. Det finns väl inget värre än när någon säger "det går inte" eller "det kan väl aldrig fungera"?

Men när du och dina vänner, familj eller kollegor förstår vad det är du håller på med så blir det så mycket lättare och roligare. Det kommer att ge dig mer energi, kraft och motivation – likaså kommer de att känna att de kan pusha dig på rätt sätt!

Jag vill göra det så enkelt för dig som möjligt att dela med dig av boken: "*Attrahera kunder! – 49 hemligheter till hur du behåller och skaffar dig nya kunder*" till dina vänner, familj och kollegor. Jag vill göra det möjligt för er att utveckla era företag tillsammans!

Så det här är mitt erbjudande till dig:

Köp 5 exemplar av boken: "Agera Business Smart®: Attrahera kunder! – 49 hemligheter till hur du behåller och skaffar dig nya kunder" - Få 5 BÖCKER HELT GRATIS!

Du läste rätt. Du får 10 exemplar till priset av 5.

Det här erbjudandet är bara tillgängligt för dig som har läst boken
"Agera Business Smart®: **Attrahera kunder!** – 49 hemligheter till hur
du behåller och skaffar dig nya kunder"

Du beställer böckerna genom att gå till den här lösenordsskyddade
hemsidan:

www.BusinessSmart.se/5gratis

Skriv in lösenordet: **Business Smart** för att komma in på sidan och
beställa

Du undrar kanske varför jag rabatterar böckerna med 50 %?

Jo, det är ganska enkelt. Jag vill helt enkelt sprida budskapet till
alla företag i Sverige om att du kan hitta och behålla kunder på
olika 49 olika sätt.

Den här boken ska läsas, nötas och funderas över – den ska inte
ligga på någon hylla, i någon kartong eller på något lager. Nej, den
ska du hålla i handen och använda!

Tack för att du vill dela med dig av boken till andra som du
känner!

Om författaren

ViviAnn Labba är en inspirerande, kreativ och engagerad Business coach, Föreläsare, Utbildare samt Författare till böckerna i Agera Business Smart serien:

- **Paketera Din Kunskap Rätt och Tjäna Mer!** (2009)
- **Attrahera kunder!** – 49 hemligheter till hur du behåller och skaffar dig nya kunder” (2009)

ViviAnn bidrar kontinuerligt med artiklar som handlar om företagsutveckling och marknadsföring till de nationella företagarforum som finns på internet. Dessa forum är bl.a. www.driftig.nu – med över 15 000 unika besökare varje månad samt www.foretagande.se – med över 25 000 unika besökare varje månad.

Hon är certifierad coach: Associate Certified Coach (ACC) genom International Coach Federation (ICF) samt utbildad vid bland annat Coaches Training Institute (CTI) samt Coachutbildning Sverige AB.

ViviAnn är ursprungligen från byn Övre Soppero, som ligger nordöster om Kiruna. Hon har sedan 2003 bott i byn Olden i nordvästra Jämtland tillsammans med sin fästman och två hundar.

Kontaktuppgifter

ViviAnn Labba

Adress:

Business Smart®

Olden 231

830 51 Offerdal

Telefon: 070 – 545 75 92

E-post: viviann@BusinessSmart.se

Huvudhemsida:

www.BusinessSmart.se

Andra hemsidor:

www.DinAssistentOnline.se

Kontakta mig online på:

www.viviannfacebook.com

För diskussioner om mängdrabatt, promotion och sponsring av böcker publicerade av ViviAnn Labba var vänlig och kontakta oss på telefonnummer: 070 – 545 75 92

AGERA BUSINESS SMART®

Attrahera Kunder!

- 49 hemligheter till hur du behåller och skaffar dig nya kunder

I den här boken lär du dig:

- Hur du behåller kunder
- Hur du hittar nya kunder
- Hur du får kunderna att välja dig
- Metoder för att skapa mervärde
- ... och mycket, mycket mer!



“ViviAnn Labba är en av de mest inspirerande och underhållande föreläsare som finns inom marknadsföring och försäljning. Hon är full av idéer om hur du tar dig och ditt företag eller organisation till nästa nivå. Följ hennes råd och du kommer att se resultat!”

Ewa Marie Rellman, Företagarcoach

Sverige konferensen för International Coachfederation (ICF), Göteborg

“... ViviAnn Labba lyckades överträffa mina förväntningar...”

Helen Salmonsson, Kontorschef och Auktoriserad Revisor

Öhrlings Pricewaterhouse Coopers, Östersund

ViviAnn Labba är Sveriges sälj- och Paketeringscoach, föreläsare och utbildare. Genom www.BusinessSmart.se och www.DinAssistentOnline.se hjälper hon entreprenörer att skapa säljbara tjänster och produkter, göra smart marknadsföring - och tjäna mer pengar på det. Hon har även skrivit boken: *“Agera Business Smart - Paketera din kunskap och tjäna mer!”*.

Besök www.BusinessSmart.se för att ta del av kostnadsfria tips och råd och ladda ner gratis rapporter om hur du kan utveckla ditt företag.

ISBN kod: 978-91-978074-1-8