

Klicka här för att läsa brevet i din webbläsare

www.sinf.se info@sinf.se 08-4401170



NYHETSREV

Det här är den fjärde artikeln i en serie om Affärsmannaskap



Affärsmannaskap vem är uppdragsgivare?

Vem är det egentligen som ska bli nöjd? Chefen som givit arbetsordern, kunden eller kanske din kunds kund? Svaret är självklart kunden, dvs din kund eller din kunds kund.

[Läs här](#)

Vem ska bli nöjd?

Kunden kan inte veta allt och har inte alltid rätt. Men kunden har rätt att vara nöjd med leveransen. Om kunden inte vet eller förstår så måste en del av leveransen vara utbildning. I nästan all försäljning så är utbildning av kunden det kanske mest effektiva sättet att skapa merförsäljning och en varaktig kundrelation. Ju mer kunden förstår av din insats, desto större förutsättningar att få en nöjd kund och att ni kan utveckla affärsrelationen.

[Läs här](#)





varumärket

Fel signaler - amatörmässigt

Ditt varumärke är kundernas samlade uppfattning om företaget. Det innebär att bara genom att visa din logotyp får kunderna en bild av vad företaget står för t ex kvalitet, kompetens och servicetänkande. Att komma dit är ett långsiktigt arbete som kräver att alla i företaget präglas av samma anda.

Läs här

Din kunds kund

Det som kan avgöra om du får komma tillbaka som leverantör är kanske inte din kund utan din kunds kund. Dvs den som använder den tjänst eller produkt som du levererat och som du mött i anslutning till ett uppdrag eller arbete. Ett tydligt exempel är en renovering av en hiss. Visserligen är det fastighets-ägaren som är din kund, men fastighetsägarens kund, hyresgästen, är den som påverkas av ditt arbete. Då kan faktorer som ett diskret och snyggt jobb som görs på tider som inte stör hyresgästen vara mer värt än ett lågt pris. Det innebär också att förmågan att utforma erbjudandet, inte bara lämna pris, kan vara avgörande. Det handlar bl a om att formulera argument som din kund kan överföra till sin kund, och de är vanligen mer inriktade på egenskaper, fördelar och nytta än bara på pris.



Hur ser det ut i ditt företag?

Arbeta med

1. Vem ska bli nöjd?

Sätt alltid kunden i fokus. Det är alltför vanligt att företagsinterna problem och konflikter påverkar kvaliteten på leveransen. Kunden har ingenting med det företagsinterna att göra och ska heller inte bli drabbad. Följ upp kundnöjdhet.

2. Fel signaler – amatörmässigt

Det spelar ingen roll vad du säger eller lovar, det är hur tjänsten utförs eller leveransen genomförs och hur ni agerar som kunden registrerar. Det är summan av ert agerande som lägger grunden till varumärket. Se över hur ni har det med tidhållning, tydlighet, snabbhet i fakturering och allmän profil.

3. Din kunds kund

De allra flesta kunder vill spara eller tjäna pengar alternativt slippa problem. Ju mer du kan sätta dig in i kundens situation och hur de ska använda din tjänst och/eller din produkt till deras kunder, desto troligare är det att det bli en långvarig kundrelation.

I nästa nummer kan du läsa om "Affärsmannaskap - språk och presentation."

Vill du veta mer om hur Sinf kan bli din företagsresurs och ge ditt företag stöd i Affärsmannaskap, Affärsutveckling, Arbetsrätt och Affärsjuridik? Kontakta mary-anne.hogstrom@sinf.se eller läs mer på www.sinf.se

Anders Ekdahl är VD i Svensk Industriförening, har tidigare varit egen företagare och haft flera VD-tjänster samt många styrelseuppdrag.

Klicka här för att avregistrera din adress

