



Ingen træning, ingen forudsætninger, prispres og færre relevante kundesøg

Jeg var på besøg hos min gode gamle ven som jeg har kendt fra studietiden. Hans datter og svigersøn var ligeledes til stede og begge er virkelig sympatiske, tilstedeværende og aktive mennesker. Svigersønnen er sælger i en teknisk virksomhed, mens datteren arbejder som ejendomsmægler i Odder, syd for Århus.

Vi talte om at jeg påtænkte at starte PH Salgskurser og om salg i al almindelighed og salgstræning i særdeleshed. Vi talte om fritidsinteresser som badminton og fodbold. Svigersønnen havde succes i serie 1 i fodbold som topscorer på sit hold - datteren spillede 1. single på byens old lady badmintonhold. Men de havde også travlt. De trænede begge 2- 3 gange om ugen og spillede kamp i weekenden.

Jeg spurgte i en sidebemærkning om følgende: "I lever jo i realiteten begge af at sælge produkter, jeres levestandard er bestemt af jeres samlede arbejdsindkomst --- Hvor mange timer om ugen bruger I til at træne jeres salgskompetencer?"

Svaret var naturligvis nedslående for mig: "Ingen af os bruger tid til at træne salgskompetencer overhovedet – måske får vi et indlæg om salg en gang i mellem – men der kan gå år imellem og intet er systematisk".

Det betyder jo at jeres arbejdsgiver forventer at I kan udvikle salget for jeres virksomheder uden træning af nogen art. **Det er jo i realiteten ganske rystende.**

Lad os trække en parallel til sporten professionelle verden. Og her tænker jeg ikke engang på sportens allerbedste.

Hvis nu Danske superligaspillere træner ca. 5 dage om ugen for at kvalificere sig til at komme på weekendens hold, sørger for rigelig med hvile, sund kost, mentaltræning mm., hvordan kan nogen virksomheder tro at man kan vækste salget uden et systematisk træningssystem for sine sælgere.

En anden realitet blandt danske sælgere er følgende:

*Mange danske sælgere har overhovedet ingen salgsuddannelse. Teknikere med et vist produktkendskab sættes til at afsætte virksomhedens produkter. Håndværkere gøres til sælgere, tømrerne sælger træ og værktøjer, elektrikerer sælges el-komponenter og projekter, ingeniører gøres til sælgere --- og fællesnævneren er i mange tilfælde at ingen af disse personer er salgsuddannede. **De gør naturligvis deres bedste, men forudsætninger for succes er mangelfuld.***

Lægger man dertil at sælgerens rolle forandrer sig drastisk i disse år af 2 årsager:

1. *Sælgeren er ikke længere virksomheders primære kilde til information. Virksomhedernes informationsbehov dækkes i langt højere grad på internettet, hvor stort set alle oplysninger om et givet emne kan søges. Det gør det sværere for sælgere at arrangere relevante besøg*
2. *Globalisering har også bevirket et prispres fra "Low Cost Countries" mod det dyre Europa og USA. Et eksempel: Jeg købte en hydraulisk donkraft hos Harald Nyborg for kr. 250,00. Det kan en dansk virksomhed ikke få den malet til. Danske virksomheder er her chanceløse.*

Såh, mange sælgere befinder sig i en salgsværden, uden træning, uden forudsætninger, en verden hvor relevante kundebesøg er sværere at skaffe med et stort udefrakommende prispres.