



Sammenhæng mellem rabat, dækningsgrad og meromsætning.

Mange sælgere giver uopfordrede rabatter, hvad forekommer mig at være "helt i skoven" og de gør tingene sværere for sig selv. En uopfordret rabat gør den rutinerede indkøber mistænksom samtidig med at sælgeren reducerer værdien af sit eget produkt. Så et godt råd:

En sælger giver aldrig uopfordret rabat

Jeg har lavet nedenstående tabel for at illustrere, hvorfor man skal være forsigtig med at smide om sig med rabatter. Tabellen er baseret på produkter med en dækningsgrad på henholdsvis 20, 30, 40, 50 & 60 %'s dækning og en rabatsats der varierer mellem 5 og 30 %. Tabellens tal fortæller, hvilken meromsætning i %, der kræves for at tjene samme beløb, som i en situation, hvor sælgeren ikke gav rabat.



Dækningsgrad –rabat - meromsætning

Dækningsgrad[%]	20 %	30 %	40 %	50 %	60 %
Mersalg	+[%]	+[%]	+[%]	+[%]	+[%]
Rabat = 5 %	33	20	14	12,5	9
Rabat = 10 %	100	50	33	25	20
Rabat = 15 %	300	100	60	43	33
Rabat = 20 %		155	100	67	50
Rabat = 25 %			266	100	71
Rabat = 30 %					100



Eksempel 1:

Sælgeren giver 5 % rabat på 1000 enheder med en dækningsgrad på 30 % ved 0 % i rabat. Af tabellen fremgår det nu at sælgeren skal have en meromsætning på 20 % eller 200 enheder mere end hvis han solgte til fuld pris.

Eksempel 2:

Sælgeren giver 10 % rabat på 1000 enheder med en dækningsgrad på 30 % ved 0 % i rabat. Af tabellen fremgår det nu at sælgeren skal have en meromsætning på 50 % eller 500 enheder mere end hvis han solgte til fuld pris.

Disse 2 eksempler fortæller, hvor meget den enkelte sælger skal omsætte mere, når der gives rabat. Disse eksempler forklarer også, hvorfor nogle sælgere suser rundt i manegen uden at tjene penge. De arbejder alt for meget, er alt for stressede, men når alligevel ikke deres salgsbudget.

I de 2 ovenstående eksempler kan man jo spørge sig selv om følgende:

- **Var rabatten overhovedet nødvendig at give?**
- **Kunne rabatten gives fra et højere udgangspunkt og beholde 30 % dækning?**
- **Kan det overhovedet lade sig gøre at sælge 200 – 500 enheder andetsteds?**



Eksempel 3:

Sælgeren giver 10 % rabat på 1000 enheder med en dækningsgrad på 50 % ved 0 % i rabat. Her betyder 10 %'s rabat til en reduktion i dækningsgraden på 20 %. Derudover skal sælgeren 250 enheder mere til den reducerede pris for at tjene de samme som, hvis han solgte uden rabat.

En udokumenteret påstand:

Jeg er sikker på at mange sælgere ikke helt har forstået sammenhængen mellem rabat, dækningsgrad og meromsætning. Mange sælgere opfatter det som en uvæsentlig bagatel at give "lidt rabat for den gode stemnings skyld" og derigennem undergraver de egen forretning med reduceret indtjening og forhøjet arbejdsmængde til følge.