



# SÄLJKULTUR-ANALYS

*”Vägen för försäljningschefens framgångsrika affärsplanering”*



## Bakgrund:

I Sverige finns idag ca: 6.000st företag med fler än 50 anställda. Oavsett bransch och verksamhet råder stenhård konkurrens om kunder och affär. På ledningens & i synnerhet försäljningschefens bord vilar ansvaret att ständigt leverera tillväxt och lönsamhet.

Att behålla och stärka konkurrenskraft kräver ständiga förbättringar och vägvalen är idag både många och komplexa. Förmågan till helhetsperspektiv och att göra rätt prioriteringar blir avgörande. Stöd och underlag för analysen ges såklart genom ständig marknadsinformation, egna kundundersökningar och en mängd interna resultatrapporter. Men hur ställer man en diagnos på den interna säljkulturen? Borde inte den vara med när helhetsperspektivet beaktas och utvecklingsprojekt planeras och beslutas?

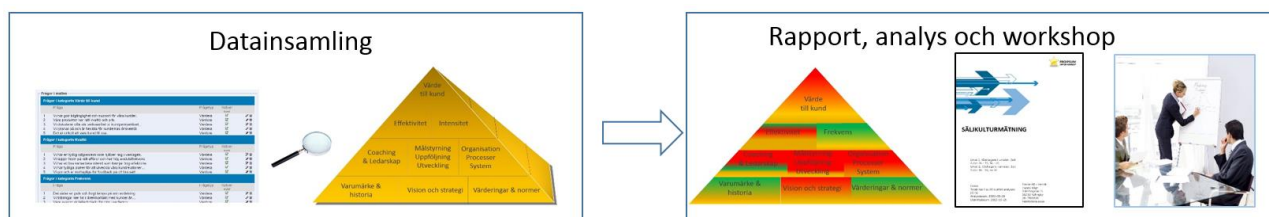
## Säljkultur- ett odefinierat begrepp- fram till nu:

Det pratas mycket om säljkultur men begreppet saknar ofta samsyn. Vägen till säljkultur förutsätter fokus med start i affärsplaneringen. Med en bra analys på kritiska områden och detaljer kan rätt beslut fattas som har störst påverkan på affären.

## Så här går det till!

Säljkultur är normer, åsikter, beteenden, vanor, mönster, värderingar, strukturer och handlingar som finns internt. Genom att värdera och ställa frågor om dessa relaterade till försäljning, kunder och affärer, engageras personal som lever i och själva påverkar säljkulturen.

- Frågorna besvaras i enkätform via e-postlänk på mindre än 15 minuter. Följebrev om syftet och anonymiteten säkerställer nästintill 100 % svarsfrekvens.
- Frågorna är indelade i nio delområden utifrån modellen ”säljkulturpyramiden” se nedan:
- En omfattande rapport med snittvärden, analys och grafer tas fram inklusive bilagor från samtliga underliggande frågor och svar per undergrupper (demografier) per avdelning, roll, ort etc.
- Rapportpresentation och workshop genomförs av konsult med beställare och/eller ledningsgrupp.



Alla svar från webbenkäten analyseras med hjälp av säljkulturpyramiden och sammanställs i en rapport med ”trafikljus-visualisering”. Resultatet presenteras slutligen i en workshop med säljledningen i syfte att identifiera gap och åtgärder.

## Upplevd kundnytta:

*”En karta för mitt ledarskap och behoven som finns i mitt team, som vi från och med nu öppet och målmedvetet följer upp och utvecklar”.*

*”Ett ovärderligt underlag när jag presenterar nuläge och prioriterade åtgärder för ledningsgruppen.”*

*”En liten investering med stor nytta för oss att stärka vår säljkultur och tydligt fokusera på de utvecklingsområden som effektivast ökar vår försäljning.”*