

VÆKSTHUS HOVEDSTADSREGIONEN

GØR UDFORDRINGER TIL MULIGHEDER

Hos Væksthusene kan virksomheder på Danmarks regning få lagt deres vækstplan og gjort udfordringer til muligheder.

Leif Fokking, vækstkonsulent

E-mail: LFO@vhhr.dk

Tlf. 30 10 81 12

Jeg er uddannet inden for handel, er en udbredt entreprenør og iværksætter samt meget resultatorienteret.

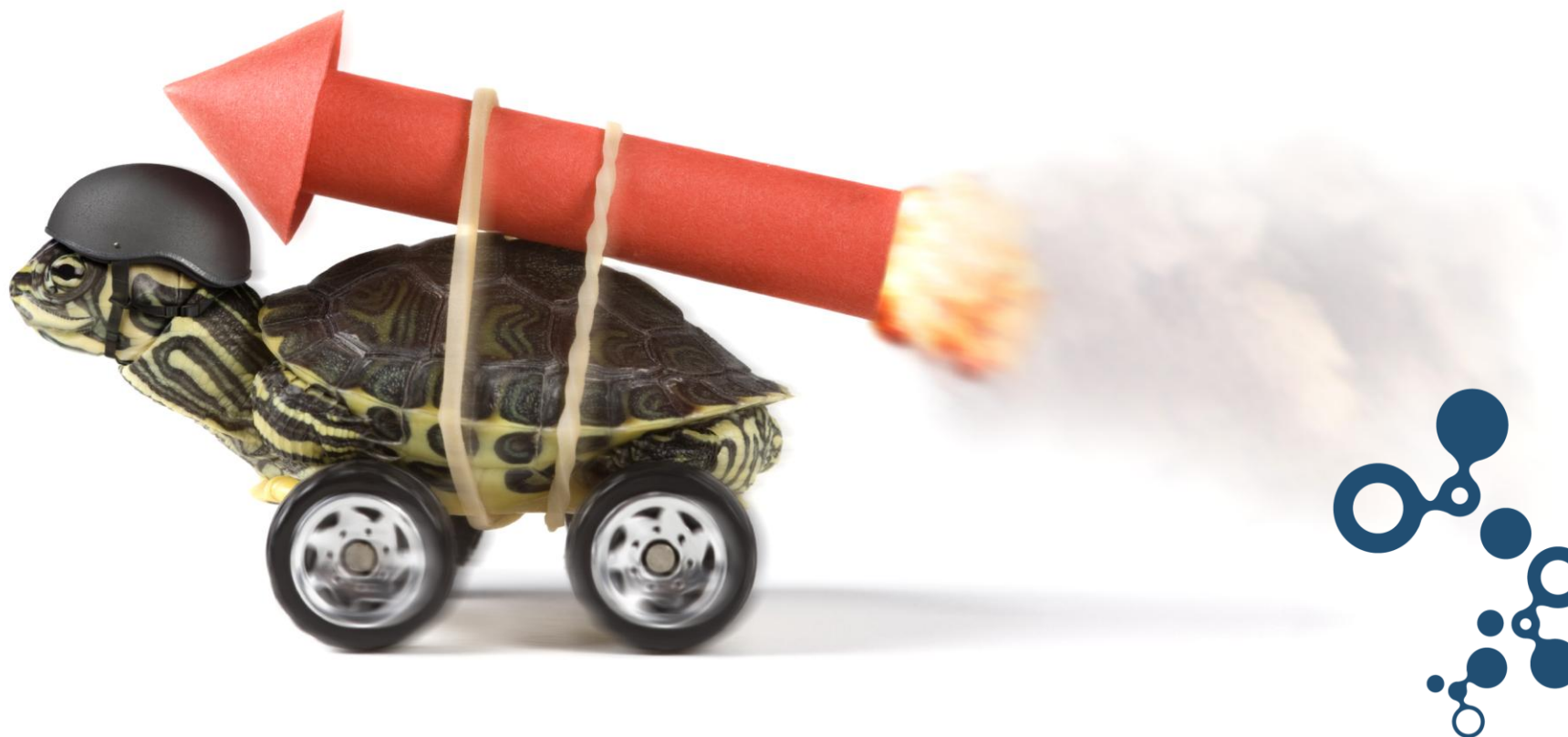
Erhvervserfaring:

- *Etablering af nye tiltag/selskaber i Danmark og Sverige*
- *Salg- og markedsføring (Kunde-finansiering)*
- *Salgsstyring, planlægning og træning*
- *Rådgivning af kunder*
- *Ledelse (Disponent, direktør, salgschef, markedsansvarlig, regionschef)*
- *Effektivisering af administrationen*
- *Økonomistyring*

Etablering – Drift – udvikling af virksomheder!



GØR UDFORDRINGER TIL
MULIGHEDER SAMMEN MED OS



HAR DU VILJE TIL VÆKST?



FÅ EN SLAGKRAFTIG PLAN FOR DIN VÆKST

Problem-
afklaring

Vækstplan
med
konkrete
mål

Henvisning
til
rådgivning

Implemen-
tering



DU MØDER ERFARNE
PRAKTIKERE, DER KENDER
DINE UDFORDRINGER



Vi hjælper over 1000 virksomheder om året

- vi ved, hvad der fører til vækst!

Vi er

- 20 vækstkonsulenter

Vi har drevet egne virksomheder. Stået i spidsen som direktør eller arbejdet som konsulenter inden for et specialiseret område.

Du møder

- erfarne praktikere, der kender dine udfordringer!

- som forstår jeres situation og jeres udfordringer!

- Vi er drevet af et ønske om at skabe vækst sammen med jer!

- Vi bliver løbende evalueret og målt på de resultater, vi skaber ude i vækstvirksomhederne!

"så succes for jer, er succes for os"



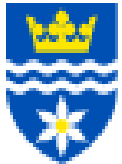
VORES MISSION ER VÆKST



Lokal Erhvervsservice

Se og læs mere på din kommunes hjemmeside

www.vhhr.dk/virksomhedsstart



Halsnæs
Kommune



RUDERSDAL
KOMMUNE



Gentofte Kommune

Leif Fokking, vækstkonsulent

Træffes efter aftale på Tlf.: 3010 8112

E-mail: halsnaes@lokalerhvervsservice.dk

E-mail: rudersdal@lokalerhvervsservice.dk



Salgsteknik

- Kunderelationer

Sælger

eller hjælper ?

GØR UDFORDRINGER TIL MULIGHEDER

Hos Væksthusene kan virksomheder på Danmarks regning få lagt deres vækstplan og gjort udfordringer til muligheder.



Salg består af 2 ting

➤ **Behov**

Dit produkt/ydelse:

Sikkerhed, pris, kvalitet, service, andet

.... Hvorfor vælge dig ?

➤ **Løsning**



**“Held er, hvad der sker, når
forberedelse møder mulighed”**

Lucius Annaeus Seneca”””



Succes afgøres af god forberedelse



Salg er en evindelig kamp

Mod dig selv og din opdragelse!

Barndommens læring

- **Tal ikke med fremmede**
- **Spørg ikke så meget**
- **Lad være med at presse for hårdt på, ellers opnår du ikke noget**
- **Når jeg siger nej, så mener jeg nej**
- **I morgen er der atter en dag**
- **Gør dig nyttig**



Udtalelser fra det virkelige liv

En har sagt!

"Jeg kan ikke lide at presse mig på og synes, det er pinligt at kime folk ned eller stemme dørklokker. Derfor sidder jeg hjemme og sender emails med cv og link til min hjemmeside. Der sker bare ikke rigtig noget ..."

En har sagt!

"Jeg har problemer med at få bixsen til at løbe rundt, selv om jeg har brugt rigtig meget tid på at lave en fed hjemmeside og uploade en masse eksempler på mit arbejde. Når jeg ringer og prøver at sælge noget, når jeg knap nok at få lirt min salgstale af, før kunderne afviser mig ..."

En har sagt!

"Jeg vil gerne lande større projekter inden for webkommunikation. Jeg ved fra en fortrolig kilde, at en af mine kunder har planer om større projekter, men ingen af dem har tænkt på mig i den forbindelse, og det undrer mig egentlig lidt, for de har da virket glade for de ting, jeg har lavet for dem ..."

En har sagt!

"hvordan undgår man, at det er kunden, der sætter prisen, når man som Freelancer er den udførende kraft og kontakter kunden ud af det blå?"



Hvem er dine kunder og hvor bor de?

- **Nærområde (f.eks. 0-1 km fra din adresse)**
- **Din by**
- **Flere byer (afgrænset af postnumre)**
- **Større afgrænsede områder (f.eks. Jylland, Fyn, Sjælland, Bornholm)**
- **Enkelte lande (Danmark)**
- **Eksport (inden for EU eller uden for EU)**



Konkurrenter



Direkte

- For Volvo er det Saab
- For Coca-Cola Inc. er det Pepsi og andre cola produkter

Indirekte

- For Volvo er det bus, tog, cykel, fly etc.
- For Coca-Cola Inc. er det vand, mælk, juice, te, kaffe etc.

Den brede

- Volvo, Coca Cola og andre produkter/ydelser i forbindelse med *rådighedsbeløbet*

Hvem er dine konkurrenter?



Det der gør forskellen

Differentiering

- Hvordan er vi anderledes i forhold til vores konkurrenter?
- Hvorfor skal kunden vælge os i stedet for konkurrenterne?

Positionering

- Hvordan placerer vi os i forhold til konkurrenterne rent markeds føringsmæssigt.
- Hvad siger vi, hvad gør vi? Hvordan? (profil)



MARKEDSFØRING – HVORFOR NU DET?

Skal man bruge tid og ressourcer på markedsføring?

JAJAJ!

**Markedsføring er alt der kan ses og høres –
fx dig, breve, annoncer, reklamer, visitkort, emballage etc.**

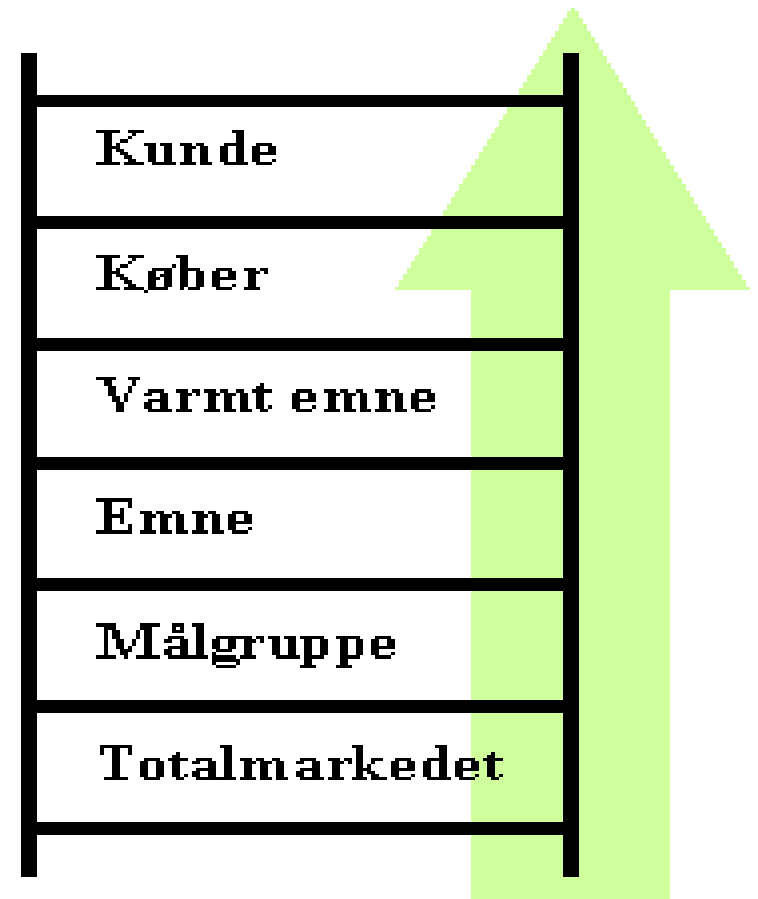
Kunderne køber kun dit produkt, hvis de har hørt om det

**Lav en plan over din markedsføring
og udvælg din målgruppe**



FRA EMNE TIL AMBASSADØR

- **Handler igen og igen**
- **Køber første gang**
- **Reagerer på henvendelse**
- **Emner som du har fakta på**
- **Dem der er relevante for dit produkt**
- **Alle har mulighed for at købe produktet**





Markedsføringsmetoder:

Personligt salgsarbejde

Annoncer i de daglige aviser/Brancheblade

Husstandsomdelte reklameaviser med journalistisk stof

Husstandsomdelte reklametryksager

TV

Internettet (*Sociale netværk, Facebook, Twitter, andre*)

Direct mail - IKKE e-mail uden tiladelse (*Husk ... opfølgning!*)

Journalistisk omtale (*pressemeddelelse/artikler*)

Brochurer og produktblade

Reklamekataloger





Markedsføring

Markedsføringsstrategi.

Når du udarbejder din strategi, bør du fokuserer på de fordele, kunde har ved at købe dit produkt, frem for at sammenligne andres produkter og ydelser.

Hvad sælger du?
Hvad køber kunden?



Hvad er det vi sælger?

Egenskaber

- Faktiske oplysninger
 - Bilen har en 2.0 liters motor

Fordele

- Alle opnåelige fordele
 - Acceleration, - sikker overhaling
 - Høj hastighed
 - Lydsvag, - øget komfort

Udbytte

- Kundespecifikke fordele afledt af behovsafdækning
 - Lydsvag
gør det nemmere at tale med passagerer
og øger nydelsen ved at høre musik



Markedsføring

**Hvis du ikke ved,
hvad fordelene for kunden er,
har du ikke en chance.**

Branche Weiss, iværksætter''''



Postulater om salg

Hvad er salg ?

- **Verdens ældste erhverv**
- **Et af de hårdeste job, der findes**
- **Et af de mest spændende job, der findes**
- **Det vi sælger – er os selv**
- **Alle er født med talent for salg**



Brug din tid effektivt som "hjælper"!

Planlægning:

Tidsplan for dagen/næste uge

Telefon/mail/besøg

Mål for antal aktiviteter

Ny-/mer-/gensalg



“Brug din tid effektivt”

Mandag	Tirsdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
----- ----- ----- ----- ----- -----	----- ----- ----- ----- ----- -----	----- ----- ----- <i>Sove til middag</i> ----- ----- -----	----- ----- ----- ----- ----- <i>På Café med Luise / Henrik</i>	----- ----- ----- ----- ----- <i>STOP .. Evaluering !!</i>

Salgs - "fiduser"

- **Brug sund fornuft**
- **Læs købs-signaler**
- **Stil HV- spørgsmål**
- **Spørg efter ordren**
- **Vær seriøs – ikke smart**



Hvorfor tabes kunder ?

- **1 % dør**
- **3 % flytter**
- **9 % pris/konkurrence**
- **19 % beliggenhed**
- **68 % dårlig betjening**



Brug din tid effektivt”

Det spændende er, at det er dig, der træffer afgørelsen.

Det er dig, der bestemmer det hele.

Den indsats du gør, afgøre resultatet!



Salg er hårdt

(Men sjovt)

arbejde!!!!



Tak for opmærksomheden



Væksthus Hovedstadsregionen

Symbion Science Park

Gribskovvej 4

2100 København Ø

Tlf.: 30 10 80 80

Leif Fokking, vækstkonsulent

LFO@vhhr.dk

Tlf.: 30 10 81 12



Møde Danmarks hemmelige helte



24:TUREN

**VI ER EN DEL AF 24:TUREN
KOM OG BESØG VORES VIRKSOMHED 17/11/2011
KLIK HER, OG LÆS MERE OM ARRANGEMENTET**

24turen.dk

