

Salg er ikke en eksakt videnskab, det er snarere som at lave mad, hvor man bruger mange ingredienser i afmålte doser.

Den strategi du skal udarbejde, for at dit salg virker, indeholder også mange ingredienser i passende doser.

Øvelse gør mester

Viden kombineret med megen øvelse er med til at lave den rette salgsstrategi. Som kok i salgskøkkenet har du nedenstående ingredienser at arbejde med.

Du skal tage udgangspunkt i din virksomhed og sammensætte de rette ingredienser i de rette mængder, det vil hjælpe på dit salg.

Salgsparametrene er delt op i to områder:

1) Grundlæggende parametre

De grundlæggende parametre knytter sig til produktet og de områder, der ligger rundt om produktet. Hvert område skal analyseres, og derefter skal du handle på din nye viden:

- **Produktudformning** - Kvaliteten af din ydelse eller dit produkt
- **Emballage** - Udformning, ensartethed, udstråling, miljøvenlig, genbruges, praktisk
- **Sortiment** - Bredt, dybt, brancherettet, fokuseret
- **Pris** - [Prisfastsættelse](#), lokkepris, psykologiske priser, tilbud, markedsorienteret pris m.v.
- **Betalingsbetingelser** - [Kontant, kredit, rabatter etc.](#)
- **Service** - Forpligtelser over for køber, returret, e-services, før køb og efter køb
- **Beliggenhed** - Ved kunder, ved grossist, tilfældighed
- **Personale** - Optræden, viden, ekspertise, specialisering, holdning
- **Distribution** - [Direkte salg, indirekte salg](#), butikstyper, indkøbsforeninger, salgsvogn, pakning, den fysiske transport m.v.

2) Kontakt-parametre

Når du efter bedste evne har fundet det rette udtryk for dit produkt eller ydelse, skal du kontakte kunden. Nedenstående er de kontaktparametre du har til rådighed:

- **Reklame** - Annoncer, tryksager, internet, [kataloget, brochurer](#), magasiner, løbesedler, biograf-, tv- og radioreklame, trafikreklame, butikdisplay, Google Ads, udstillingsreklame, skiltning, reklamegenstande m.v.
- **Sales promotion** - Vareprøver, intro-rabatter, demonstration, udlån på prøve, butiksudstillinger...
- **Public Relations** - Omtale, imagearrangementer, pressemeddelelser, events, undervisningsmateriale...
- **Messe- og udstillingsdeltagelse**
- **Sponsorering** - Kultur- sports-, og miljøsponsorering

- **Personligt salgsarbejde** - [Salgsbreve](#), opsøgende salg, direct mail, sociale medier, [netværk](#)

Prøv dig frem

Det er meget svært at finde den bedste måde at sælge sine produkter eller ydelser på. Omgivelserne ændrer sig løbende, så det, der virkede sidste år, virker ikke nødvendigvis i år.

Så er der ikke andet for end at kigge på salgsparemetrene igen og ændre på sammensætningen, så salget atter går opad.