

## Maximera er försäljning

### Försäljning

Försäljning av olika typer av produkter eller tjänster är ett utmärkt sätt för elevkårer att få in mer pengar. Ni kan sälja allt från biljetter till en fest till profilmaterial som skolkläder. En idé kan vara att kontakta ett företag som erbjuder den produkt eller tjänst ni är intresserade av och kolla om det finns ett överskott eller om de kan ge ett rabatterat pris. Ni kan sedan sälja vidare produkten för en lite högre summa än inköpspriset och på så sätt tjäna pengar.

Detta dokument är till för att ni ska få verktyg för att skapa bättre rutiner kring er försäljning, få bättre resultat och helt enkelt maximera all er försäljning.

### Tre steg till succé

För att er försäljning ska fungera fläckfritt och bli så lyckosam som möjligt finns det tre steg som ni alltid måste ta er igenom. Vi skriver alltid, då det är viktigt att dessa steg blir till er rutin. På så sätt minimerar ni mängder av tänkbara risker och ökar er egen samt elevkårens säkerhet.

Dessa tre steg är innan försäljning, under försäljning och efter försäljning.

### Innan försäljning

Innan det är dags att börja sälja era produkter och tjänster, krävs det ett visst förberedande tankearbete. Det är mycket som kanske är helt naturligt och som ni redan kanske gör, men det skadar inte med lite repetition.

### Projekt & marknadsföring

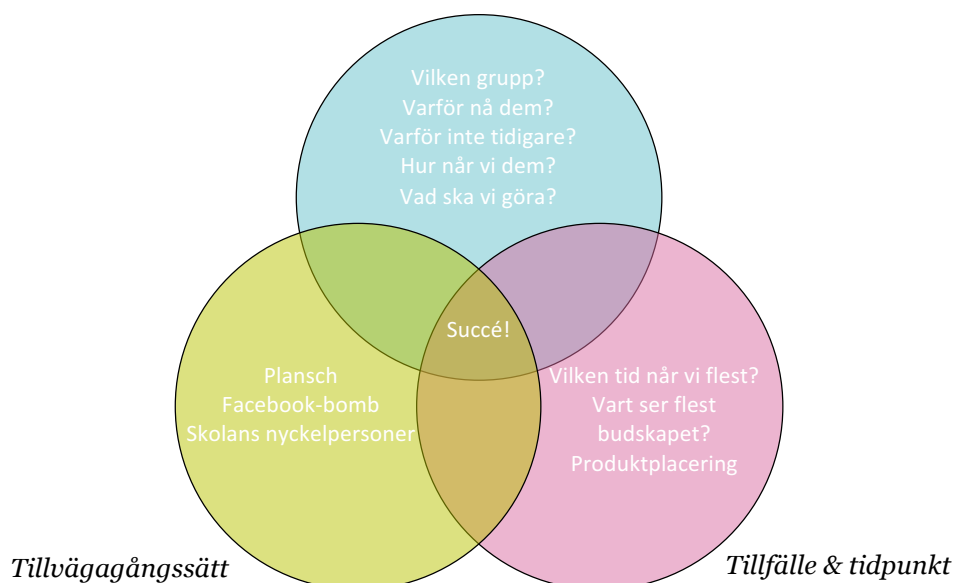
Det första som händer innan ens någon försäljning kan påbörjas, är att det måste finnas ett projekt. Projektet kan antingen vara att ni ska sälja skolkläder, att ni ska ha en välkomstfest för ettorna på terminsstarten eller något helt annat.

Till detta projekt har ni skrivit en projektplan som innefattar b.l.a. ett syfte, vilka projektet är till för, vardagsplanering och marknadsföring. **(För mer info om projektplanering, var god se hemsidan där du hitta denna guide.)**

Marknadsföringen är en extremt viktig del i försäljningen, då ni här kommunicerar till era medlemmar vad som är på gång att hända. Varför ni gör detta är för att skapa något som kallas hype eller också efterfrågan. När ni skapar hype gör ni helt enkelt era medlemmar medvetna och sugna på vad det nu är ni ska genomföra.

Själva marknadsföringen kan beskrivas som såhär:

### Målgruppsanalys



Kombinationen av dessa tre element skapar en bra marknadsföring, som resulterar i att rätt personer ser budskapet, på rätt tillfälle och på ett tillfredsställande sätt som skapar hype.

När ni skapat hype kan ni också kommunicera försäljningstillfällena. Detta är bra att göra efter att ni marknadsfört och sålt er idé med projektet till medlemmarna, eftersom det är nu som efterfrågan är som störst efter produkten.

Här kan det vara bra att kasta på lite mer bensin på elden för att skapa ett ännu större tryck. T.ex. genom att kommunicera ut följande:

- **Plats och tidpunkt.**  
Välj en plats där de största delarna av målgruppen kommer röra sig på. Välj en tidpunkt då flest personer kommer vara på den platsen. Exempelvis utanför matsalen vid lunch.
- **Var tydliga i er information.**  
Var tydliga i kommunikation på sociala medier, när ni säljer och vart. Skriv också att det är först till kvarn som gäller och att ni endast har ett fåtal biljetter eller tröjor kvar. Det är inte fel att ljuga ibland.
- **Facebook-bomb.**  
Se till att ingen missar när de kan köpa av er. En Facebook-bomb är ett perfekt sätt att se till många får information och det enda som krävs är att några personer delar ett inlägg samtidigt.
- **Använd nyckelpersoner.**  
Få skolans nyckelpersoner att prata och skriva om projektet och när ni har försäljningstillfällena.

## Tillgänglighet

Oftast sker elevkårernas försäljning genom att aktiva elevkårsmedlemmar kommer ut till eleverna på försäljningstillfällena. Men så behöver det inte alltid vara.

Genom att ni är tillgängliga och informerar medlemmarna vart de kan vända sig om de skulle vilja köpa något, kan en del av försäljningen ske genom att era medlemmar kommer till er och inte tvärtom.

T.ex. kan en enkel sak vara att ni berättar för medlemmarna att de kan knacka på ert elevkårsrum om de vill köpa något. Eller så har ni en försäljningsansvarig i styrelsen vars telefonnummer eller mail står på skolans anslagstavla. Till hen kan då medlemmarna vända sig till om de skulle vilja ha något.

Om ni har en hemsida skulle ni kunna göra en enkel webshop där medlemmen klickar i vad denne skulle vilja ha och får skriva in sina kontaktuppgifter, varpå ni sedan kontaktar denne.

## Planera er försäljning

Precis som rubriken lyder, så måste ni planera er försäljning.

Här kommer några punkter som kan vara bra för er att reflektera över innan ni kör igång.

- Vart ska vi vara? Där kunderna är. Huvudentrén, den stora korridoren, utanför matsalen, på skolgården, där folk hänger.
- När ska vi sälja? Kanske när folk är i mest rörelse, lunch, raster och slutet av dagen.
- Hur ska vi sälja? Kontant eller kort? Vilka ska sälja, har vi tillgång till nyckelpersoner, schema? Ska vi bjuda på godis, spela musik eller ha en aktivitet i anslutning till försäljningen? Hur många ska sälja? Har vi något system för dokumentering av försäljning? Medlemsexklusivitet?
- Riskanalys för egen säkerhet! Vad gör vi vid en stöld, vad gör vi vid oväder, vad gör vi om ingen köper? Det är alltid bra att reflektera över värsta scenarion, då ni enkelt hittar brister hos er själv och således kan förbättra dem.
- Sätt försäljningsmål. Det är alltid bra att sätta ett försäljningsmål, då har ni något att sträva mot och blir bättre säljare.
- Satsa på att sälja mycket på ert första försäljningstillfälle. Säljer ni mycket på ert första tillfälle kommer de som fortfarande tvekar känna att de måste köpa innan det är slut. Därför är det viktigt att det blir ett högt tryck på försäljningen och att ni hela tiden kommunicerar att det inte finns så många biljetter kvar.

## Strategier

Försäljningsstrategier kan låta väldigt avancerat, men det är det verkligen inte.

Försäljningsstrategier använder ni er av hela tiden. T.ex. så är er placering och när ni säljer en strategi.

Det är viktigt att ni tänker igenom lite strategier innan ni börjar sälja, eftersom det kan leda till om det blir en succé eller flopp.

Exempel på en strategi kan vara att ni har rabatterat pris på era skolkläder eller festbiljetter under en vecka för att öka försäljningen och efterfrågan.

## Övrigt

Försök komma dit där er målgrupp är och göm er inte i ert elevkårsrum eller i ett klassrum. Alla känner sig inte bekväma med att komma och knacka på hos er, samtidigt som att ni kommer ut och möter målgruppen, vilket gör att de inte behöver göra något annat än att långa upp plånboken.

Kom alltid ihåg att ha ett system för hur ni dokumenterar er försäljning. Skriv upp om ni säljer en biljett eller ett plagg, om det var till en medlem eller en icke medlem, om det betalades med kort eller kontant. Räkna också alltid er växelkassa samt antalet produkter ni tar med er ut innan försäljningen och skriv upp detta. Det kommer förenkla ert efterarbete markant.

Tänk över hur ni gör det exklusivt för era medlemmar. En enkel sak att göra kan vara att medlemmar får betala betydligt mycket mindre än vad en icke medlem får göra. Här kan det vara ett utmärkt tillfälle att också värva icke medlemmar. Annars kan ni göra det ni säljer enbart för era medlemmar. Ni väljer hur ni gör, men kom ihåg att det är era medlemmar som ni jobbar för och som ska dra vinstlotten.

## Under försäljning

Under försäljningen är det viktigt att ni tänker på ert förarbete. Planeringen. Det är viktigt att ni tänker på säkerheten och att ni har lite olika kort att spela om ni känner att försäljningsmålet inte kommer uppnås. Att vara snabbtänkt, på tårna, taktisk, strukturerad och riskmedveten är viktigt under försäljningen.

## Struktur

För att ni ska ha koll på vad som händer under er försäljning är det viktigt att ni är strukturerade. Detta innebär helt enkelt att ni har system för hur det ska gå till. Tänk er ett löpandeband i en fabrik, t.ex. en bilfabrik. Där sker 100-tals saker hela tiden av flera olika personer. Varje person har ett arbetsmoment som denne ska genomföra innan produkten, i detta fall en bil, åker vidare till nästa moment där någon annan har ett annat moment att genomföra. Detta är väldigt effektivt och fabriken kan tillverka mängder av bilar och på så sätt hålla nere kostnaden. För att kunna arbeta på detta sätt krävs ordning och struktur. Utan strukturen faller hela bandet och ytterst få bilar kan produceras. Detta betyder helt enkelt att vi behöver ha struktur och ordning för att få bandet att rulla.

På exakt samma sätt gäller ordning och struktur för försäljningen. Saknas ordning och struktur kommer ni inte ha koll på hur mycket ni säljer, om ni säljer till målgruppen, hur mycket pengar ni fått in m.m. Därför är det viktigt att ni ser över er

struktur och era rutiner. Här är några exempel på rutiner som kan vara bra att använda sig av:

- Dokumentera allt. Förbered papper där ni kan skriva er information som:

Om det är en medlem eller ickemedlem som köpt, om de betalat med kort eller kontant. Skapa de punkter som ni tycker är bra och ger er den information som ni vill ha. Sen är det bara att sätta en bock i respektive fält.

Medlem		Ickemedlem	
kort	cash	kort	cash

- Var alltid två personer som säljer. Fördela arbetet mellan er. En kan ta emot pengar och dokumentera medan den andra ger produkten.
- Följ ert schema.
- Töm kassan regelbundet. Ha aldrig mer än 1000 kronor i växelkassan. Lägg genast undan pengar i helst ett kassaskåp. På så sätt minimerar ni stöldrisken och om tjuven skulle vara framme får denne inte med sig mycket.
- Försök undvika kontanthantering till så stor utsträckning som möjligt. Kontanter ökar stöldrisken och är lättare att göra misstag med. Det finns mängder av alternativ till kort och mobilbetalningar. Exempelvis Swish och Izettle.
- Ha inte alla produkter ute samtidigt. Dels så minimerar ni stöldrisken men också dels då de ger konsumenten en bild av att det inte finns många produkter kvar.

### Medlemsexklusivitet & värvning

Medlemmarna är elevkåren och det ska vara fördelaktigt att vara medlem gentemot att inte vara det. Därför kan det vara värt att göra något extra för era medlemmar, t.ex. ge dem något extra vid försäljningen, medlemmarna har förtur i kön, medlemmarna har rabatt eller att medlemmarna får vara med i utlottningen av en gratis produkt.

Medlemmen ska känna att hen verkligen gynnas av att vara medlem än att inte vara det. De som inte är medlemmar ska naturligtvis alltid erbjudas att kunna bli det och då kan det vara smart att alltid värva i samband med försäljning.

### Säkerhet

Vid en försäljning är det stora summor av pengar som är i omlopp, detta får den ökända tjuven att klättra fram ifrån mörkret och som en hök spana på sitt byte.

Därför är det viktigt att ni följer era rutiner och påminner personer som ska sälja om dessa. Det kan vara bra att tänka igenom olika situationer som skulle kunna hända, för att sedan komma på åtgärder för att förhindra att situationen uppstår. Detta är en del av att göra en riskanalys.

### Tips & trix när det går trögt

Ibland kan det gå väldigt trög med försäljningen och ni har svårt att få sålt era produkter. Här är några tips som kan vara bra att använda sig av:

- Få skolans nyckelpersoner på er sida och få dem att sälja er produkt.
- Ge tre personer i uppdrag att sälja t.ex. tio biljetter vardera, lyckas de så kan de få en gratis. Resultatet är att ni får sålt 30 biljetter och får igång försäljningen.
- Gör er själva uppmärksammade genom att tydligt synas och höras. Spela musik och sätt upp planscher.
- Ha speciella erbjudanden och tävlingar. T.ex. rabatter och utlottningar.
- Säg att det är få produkter kvar och först till kvarn gäller.
- Gå fram och prata med människor och sälj in er produkt med en pitch.

### Efter försäljning

Efter varje försäljningstillfälle är det viktigt att ni reflekterar och ser över vad som hänt och hur det gått. Detta gör ni för att kunna se över hur ni ligger till och hur ni ska förbereda er inför nästa försäljning.

### Utvärdera

En utvärdering är bra att göra efter er försäljning. Det behöver inte vara en skriftlig och två timmar lång utvärdering, utan det räcker med femton till tjugo minuter och några mindre skrivna kommentarer. Ta hjälp av dessa frågor eller lägg till fler:

- Vad gick bra? Vad gick mindre bra?
- Vad tar vi med oss i fortsättningen? Framgångsfaktorer?
- Kunde vi gjort något annorlunda? Gick försäljningen som planerat? Nådde vi ut med vår marknadsföring?
- Funkade våra strategier och rutiner? Nådde vi försäljningsmålet?

### Sammanställa resultat

Efter försäljningen ska ni också räkna på hur det gick och dokumentera detta. Räkna på antalet sålda produkter, räkna hur mycket pengar ni har tjänat in och kolla om

detta överensstämmer. Tänk på att inte räkna med det ni hade som växelkassa när ni började sälja. Skulle resultatet inte stämma överens, får ni tänka över på vad som kan ha hänt. Kanske så har ni gett iväg gratisprodukter eller haft rabatterat pris. Tänk igenom vad som kan ha hänt, prata gärna med er verksamhetsutvecklare som kan ge er råd och support.

När ni sedan sammanställt allt och räknat klart, lägger ni en lapp med resultatet, era beräkningar, utvärdering och säljinformation i ett kuvert som ni märker med datumet för försäljningen. Detta gör ni för att enkelt kunna ta fram all information om det specifika säljtillfället.

### **Ekonomiansvarig**

När ni sammanställt er försäljning är det dags för elevkårens ekonomiansvarige att bokföra försäljningen. Gör gärna detta samma dag som försäljningen, så att ni inte blir förvirrade vid ett senare skede.

När inkomsterna är bokförda ska alla kontanter sättas in på banken, gärna samma dag för att återigen minimera stöldriskerna. Var gärna minst två personer som går till banken. Säkerheten är viktig.

### **Planera**

När allt efterarbete är klart, är det dags att börja om igen inför nästa försäljningstillfälle. Använd gärna er planering från tidigare och ta hjälp av utvärderingen för att hela tiden förbättra er försäljning.