

# SALGETS ANATOMI... & SJÆL

Af Hans Henrik Langkilde

Store ører. Mindre mund, end man skulle tro. Fokuserende øjne. En klar og skarp hjerne. Og ikke mindst gode og energiske ben. Sådan beskriver Wassmann og Haugaard fra Sales Academy salgets anatomi. Og man må aldrig glemme sjælen, siger de.

## FAKTA OM SALES ACADEMY

Sales Academy er et konsulenthus med et klart formål: At øge salget hos sine kunder. Det betyder, at der arbejdes mindre teoretisk og modelorienteret – og meget mere med træning, personlighed og mindset.

Jens Christian Haugaard og Henrik Wassmann er ejere af virksomheden.

Haugaard har en baggrund som sælger og medierådgiver, inden han startede i daværende Frank Johansen som underviser i salg.

Wassmann kommer fra hotelbranchen, hvor han styrede en række sælgere. Det førte også til en stilling i Frank Johansen og senere Connection Management.

I 2008 startede de sammen Sales Academy.

## SÆLGER FRA TOP TIL TÅ

Det lykkedes os at sælge ideen om at lave en beskrivelse af salgets anatomi. Faktisk gik de to konsulenter i Sales Academy ind på ideen med stor entusiasme fra starten, så salgsindsatsen fra journalistens side var begrænset.

”Hvis vi starter oppefra, så har det gode salg en skarp hjerne, der er fokuseret på salget og fra starten tænker: Yes, I can! Dernæst er det vigtigt med store ører, så den potentielle købers behov og virkelighed opfattes. Mange vil jo så nok tænke, at munden skal være lige så stor, men det er en fejl. Måske er vi vant til stortalende sælgere, men det er ikke nødvendigvis de bedste. Øjnene skal være i stand til at stille skarpt på målene – og se bort fra et muligt afslag,” lægger Henrik Wassmann ud.

”Men man må ikke glemme benene. Det at handle og bevæge sig mod sine mål er altafgørende for salget,” tilslutter Jens Christian Haugaard sig.

## SJÆLEN

Begge er enige om, at det kan være fatalt at glemme sjælen. Det handler om, at sælgeren ved, hvem han/hun er, dvs. kender sin sælgertype og er tro mod dem. ”Man kan ikke lave sig selv om. Du må handle på den personlighed, du har,” fastslår Haugaard. Er du styrende, deltagende, menneske- eller sagsorienteret? Det er vigtigt at have en erkendelse om, før man kaster sig ud i salget.

”Men sjælen er mere end din personlighed. Det er også dit ’mindset’. Har du viljen til og troen på at gennemføre salget?” supplerer Wassmann.



## HJERTET

”Men salg er også mod. Modet til at få et nej, for uden nej’er ingen succes. Vi er programmeret til at frygte ’nej’et’. Som baby vrælede vi for at få mælk eller en tør numse. Det virkede. Senere begyndte mor at sige nej – fx til ønsket om en is. Så sagde vi: Ahhhhhh, må jeg ikke godt??? Og fik at vide, at vi skulle holde op med at plage. Det vedholdende barn bliver ved med at forsøge at få lov til isen. Til sidst får barnet at vide at ’et nej er et nej’. Og den kode – og frygten for nejet – sidder i de fleste af os – og gør os som voksne til dårligere sælgere. Vi har brug for troen på, at det er rigtigt og godt, det vi gør,” siger Wassmann.

## SALGETS HYGIEJNE

Et salg er i Sales Academys forståelse en hjælp til at kunden træffer en god beslutning. Synes du at det lyder lige lovlig frelst? Eller som en kliché, der ikke er hold i? Så kan du sagtens få en diskussion med Sales Academy:



”Vi tror faktisk på ’salgets renhed’. Man kan lyve eller manipulere sig til et salg, men det holder ikke i længden. At hjælpe kunden til at træffe en god beslutning betyder, at man er velkommen igen,” siger Haugaard.

## KROPPEN

”Det betyder også mere, end de fleste tror, at sælgeren har en sund krop, der udstråler energi. Det styrker din troværdighed – og giver dig større selvtillid og kunden mere lyst til at handle med dig.

Det hører med til det almindelige indtryk, kunden får. Og her er det vigtigt at vide, at succes i et salg handler om 92% form – altså udstråling og kropssprog – og kun 8% indhold, dvs. alt det vi ved om det, vi skal sælge,” fortæller Wassmann.

## TILBAGE TIL HJERNEN

Vi har en funktion i hjernen, som betyder, at vi kan frasortere indtryk og informationer, som vi ikke har brug for. Og fokusere på de ting,

der er relevante for os. Har du fx lige fundet ud af, at du er gravid, vil du uden tvivl hele tiden få øje på babymad, -tøj, bleer etc. i dit supermarked. Denne funktion har også en negativ side: Vi fokuserer på vores usikkerhed og manglende tro på, at vi kan lykkes. Når det sker, er der stor sandsynlighed for, at salget går i vasken, mener Wassmann og Haugaard.

## MOTION ER VIGTIGT!

Som enhver krop har også salget brug for aktivitet og motion.

”Når en virksomhed er bagud i salget, så overser man – mærkeligt nok – ofte den mest enkle måde at styrke salget på: At arrangere flere møder med og besøg hos kunden. Man kan kalde det salgets kvantitative knap. Ring flere op. Lav flere aftaler. Skab flere kontakter. Det betyder selvfølgelig ikke, at man skal glemme de andre knapper: Prioriteringsknappen, der vender salget mod det rigtige niveau i virksomheden, og kvalitetsknappen, der giver sælgeren flere kompetencer til at gennemføre salget. Men glem ikke kvantitetsknappen – aldrig!” siger Haugaard.

Med til motionen hører også opfølgningen, understreger Wassmann: 70% af de ordrer, virksomheden ikke får, skyldes manglende opfølgning.

Vil du vide mere om Sales Academy, mulighederne for at blive trænet i salg der, så gå ind på [www.salesacademy.dk](http://www.salesacademy.dk). De to partnere siger, at man også er meget velkommen til at kontakte Sales Academy, hvis man vil høre mere.