

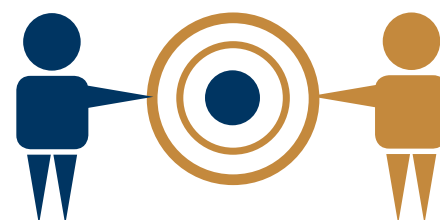
En djup förståelse för kundens affär - och hur vi kan påverka den

Om kunden väljer att köpa våra tjänster eller produkter, hur påverkar det i så fall kundens möjligheter att förbättra sina intäkter, eller på annat sätt uppfylla de mål kunden har med sin verksamhet? Hur tar vi som leverantör betalt för detta?

Vid värdebaserad försäljning är inte huvudfrågan antal säljbesök per vecka eller de smartaste argumenten och den vassaste säljtekniken. Utgångspunkten är istället en djup förståelse för kundens affär och hur vi på olika sätt kan vara med och påverka den. Värdebaserad försäljning kan handla om standardprodukter eller kundanpassade lösningar. Då det är ett anpassat erbjudande är en utgångspunkt att båda parter, säljare och kunder, ska vara vinnare på ett djupare samarbete. Därför är det viktigt att ha kontroll på lönsamheten på enskilda kunder och produkter och väga de resurser man lägger i form av anpassningar och utveckling, mot det mervärde man kan ta betalt för. Oplanerad kundanpassning eller okunskap om sina egna kostnadsdrivare, har många gånger blivit en dyrköpt erfarenhet för det säljande företaget.

Det är lätt för ett företag att tro att det vi gör är bra för våra kunder och vi talar ofta om kundvärden och kundfokus, men är inte sällan otydliga i vad vi menar med detta. Dessutom är det ibland en rent marknadsmässig formulering, inte helt förankrad i de förutsättningar som produktionsapparaten lever efter. För att kunna utveckla värdebaserade affärsmodeller och sätta ett pris på det vi gör, behöver vi konkretisera ett antal kärnfrågor;

- Vilka värden söker kunderna egentligen?
- Hur skapar vårt erbjudande värde i det perspektivet?
- Kan vi producera vårt erbjudande med en rimlig effektivitet?
- Hur kan vi ta betalt för det värdet så att vi blir lönsamma?



Lime har stor erfarenhet av att med en strukturerad arbetsgång utveckla modeller för värdebaserad försäljning. I arbetet ingår intervjuer med nyckelpersoner i sälj- och marknadsorganisationen samt hos kunden. Det kan också handla om en analys av produktionsapparats förutsättningar.

Resultatet blir en konkret modell av de grundläggande sambanden kundvärde – prissättning samt rekommendationer om hur säljerbjudande och produktionsapparat kan utvecklas för att på ett lönsamt sätt fördjupa en värdebaserad affärsmodell.

Riktvärde för omfattningen av ett konsultuppdrag kan vara ca 20 arbetsdagar under en period av 2-3 månader.

För mer information samt projektförslag med offert, maila på lime@lime.se eller ring direkt till någon av Limes konsulter.