



Lär dig gå i kundens skor

Vet du att du missar möjligheter till att tjäna mer pengar, öka kundvärdet, förbättra verksamheten och få nöjdare kunder - varje dag? Det är oftast i det lilla du kan hitta det stora. Men man blir snabbt van: "Så här har vi alltid gjort och det har funkat. Ingen har klagat!" Det är då så viktigt att gå i kundens skor.

- Hur lätt är det att hitta till er? Är hemsidan lätt att navigera på? - Är det väl skyltat i butiken? Finner man relevant information för dig som kund (och inte den som verksamheten vill sända)? - Är det lätt att få kontakt (digitalt/fysiskt)? Får man trevligt välkomnande? Detta är bara några frågor att ställa sig i första faserna, fånga och välkomna kunderna. Sedan handlar det om: bemötande, produktinformation, upplevelse av miljön, kunskap hos den man möter, merförsäljning, avslut och uppföljning. *Den totala kundresan alltså.*

Att själv vara en anonym kund i sin egen verksamhet, butik, restaurang, webshop med mera blir ofta svårt då man troligen känner dig. Då kan det vara intressant att anlita någon som gör denna utvärdering, exempelvis [Better Business](#) (som jag själv både samarbetat med och gör mystery shopper-uppdrag för!).

Varför inte prova själv? Det är både kul och lärorikt.

"Högsta standard är lägsta nivån. Med andra ord, varje kund ska få det bästa från oss. Oavsett om det är första kunden eller sista kunden på dagen. Att du är trött kan kunden kanske förstå, men också helt strunta i då man faktiskt är kund."
Kenth Åkerman

Jag tror på att leverera kvalitet. Utan kvalitet hela vägen kan du kanske bara sälja en gång. Risken för att du får dåligt rykte är stor. Dessutom får du sannolikt arbeta mer med priserbjudande än om du istället satsar på kvalitet. Något som vi ser inte minst i konsumentledet idag.

Du ÄR produkten: Vi lever och överlever på återkommande kunder och gäster. Kunder som gillar det du gör, kunder som snackar gott om din verksamhet, din leverans, dina produkter. Kunder som snackar gott om dig! Jag tror fortfarande stenhårt på **det mänskliga mötet!** Javisst, funkar inte hemsidan, hittar jag inte informationen jag söker, finns ingen chatt-funktion eller möjlighet att enkelt få kontakt. Ja, då blir det kanske inget möte, ingen kontakt, inget sålt. Risken är att ni inte får reda på detta, ni kanske säljer ändå. Eller så kanske du jobbar i en offentlig verksamhet där "kundbegreppet" inte fått någon status. Det kanske inte heller finns någon alternativ leverantör. Vill man något får man helt enkelt ta det som erbjuds. *Hur är det hos er?*

Här är fyra ytterligare tankar:

1. Bli kund till din konkurrent

Ett kul och lärorikt sätt att lära sig mer är att bli kund hos en konkurrent. Vad kan du lära av dem?

2. Se på helt andra verksamheter

Jobbar du i en butik, titta på hur man gör på en bättre restaurang. Är du inom offentlig sektor, se på det stora försäkringsbolaget hur man löst

problemet eller ta lärdom från inredningsföretaget där man sätter ihop sina möbler själv.

3. Ring din egen kundtjänst

Ring till din egen verksamhet och "lek kund". Varför inte ringa och söka dig själv? Eller ringa din egen telefon, jag har hört alldeles för många som har stressade meddelanden på sina mobilsvår, eller inga alls.

4. Skapa en idébok eller förslagslåda

Idén är varken ny eller revolutionerande. Men ändå är det många som missar kraften, kunskapen och kreativiteten i alla kompetenta medarbetare. Det kan vara så enkelt som en idébok, ett papper på anslagstavlan i fikarummet, såväl som en digital plattform. Det viktigaste är att ta tillvara alla idéer. Allt behöver sedan inte göras.

Några tips som gör skillnad

- Börja prata kund - på varje möte!
- Möt kunden där kunden är! Sitt inte still på stolen eller bakom disken. Rör på dig!
- Vi säljer. Vad ger kunden värde och valuta? Hitta möjlighet till att öka detta värde - för nöjdare kund och ökad försäljning! Säljer du dina tjänster eller din tid: Det du inte sålt idag kan du inte sälja imorgon!
- Fokus på rätt saker: Vad är måste? Vad är bra att göra? Vad är trevligt? Det grundläggande måste funka innan ni börjar addera till sådant som är trevligt att få som kund!
- Använd öppna frågor: En klassiker i säljsammanhang är att inte använda sig av "ja" eller "nej" frågor. "Vill ni prova på...?" Ta dessutom bort alla "kanske", "möjligen" eller andra osäkerhetsord. Är du tveksam blir kunden tveksam. Ställ istället öppna frågor och påståenden: "Hur skulle det vara att..." "Vad tror du om att..."
- Ge konkreta förslag, tips och rekommendationer. Fungerar i alla sammanhang. Där en relation etableras har man också större förtroende för det du säger.

Att ligga på topp är ingen självklarhet utan kräver hela tiden jobb och ständigt förbättring.