



# LEVERANDØRER TIL DETAIL BUTIKKER

- UNDGÅ SÆLGER SPILDTID
- OPTIMÉR BESØGSFREKVENNS
- OPNÅ KONKRETE RESULTATER

**e-bog No. 14<sup>©</sup>**  
Copyright SkyViewCRM



# SKYVIEWCRM's ERFARINGSSUM for virksomhedsledere og afsætningsfolk

**Det her er en serie små e-bøger fyldt med vore erfaringer – nogle af dem dyrekøbte. For dig er de gratis, og vi tror på, at du kan have udbytte af dem.**

Der findes ingen egentlig uddannelse af marketing- og salgsledere, der skal have ansvaret for markedsføring og distribution af produkter til detailhandelen.

Marketing, sælgere og salgsledelse er henvist til selv at lære sig faget i praksis, eller til at benytte sig af erfaring fra kolleger og efteruddannelser i den virksomhed, de ansættes i.

Ofte ledes og drives salget ikke så professionelt som andre funktioner, f.eks. produktion, logistik og finans/økonomi. Man mangler data, fakta, systematik, og overblik. Fokus er på detaljer, på den øjeblikkelige situation eller hændelse.

Derfor har vi skrevet denne og de øvrige e-bøger. I dem får du viden og erfaring, som vi har opsamlet gennem mange år som sælgere, marketingfolk, konsulenter, ledere og topchefer i forskellige brancher.

Indholdet er bredt og generelt, så det passer til mange forskellige brancher og salgssituationer. Derfor kan du bruge det, som det er, men du kan sagtens tilpasse indholdet til dine personlige formål og behov (f.eks. til uddannelse, træning og salgsledelse).

Skriv til os, hvis du vil have de øvrige e-bøger i serien – [info@skyviewcrm.com](mailto:info@skyviewcrm.com)



## Her er de øvrige e-bøger i serien:

Bog 1	Stress	<a href="#">En metode til at undgå stress.</a>
Bog 2	Ansæt de bedste sælgere	<a href="#">Undgå at spilde penge. Mist ikke Omsætning.</a>
Bog 3	Ansættelse af de bedste sælgere	<a href="#">Udvælg kandidater. Gennemfør Interviews.</a>
Bog 4	Om ansættelse af sælgere	<a href="#">Følg op på interviews og ansættelse.</a>
Bog 5	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Vind over dine konkurrenter. Luk så mange og store ordrer som muligt på kortest mulige tid.</a>
Bog 6	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Budgettér og lav salgsplaner – kom tilbage på sporet.</a>
Bog 7	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Find de mest lukrative emner.</a>
Bog 8	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Få møder hurtigere – Nå dit budget!</a>
Bog 9	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Identificér deltagerne i Købergruppen</a>
Bog 10	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Indvendinger, dem klarer du sådan</a>
Bog 11	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Få resultater af dine møder med nye kunder!</a>
Bog 12	Pipelinen/Salgstragten	<a href="#">Forbered, styr og følg op på mødet</a>
Bog 13	Marketing, Telemarketing, Canvas	<a href="#">Leads – marketingafdelingens hjælp til salget</a>

**[Prøv SkyViewCRM gratis – klik her](#)**



## OPGAVE

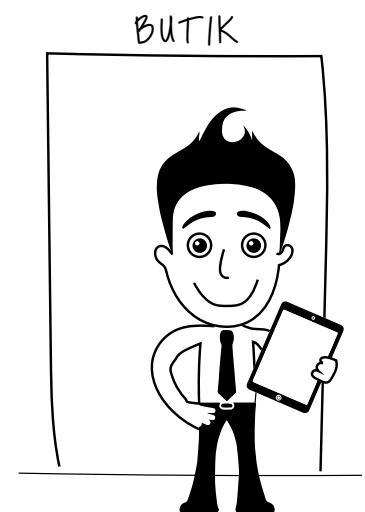
Du skal forberede opgaverne til dine sælgere, så de ikke skal bruge administrationstid i dagligdagen.

## PROBLEMSTILLING

Du skal have styr på, hvordan I får varerne meldt ind hos grossister og kæder (eller i den enkelte butik, hvis den er selvstændig), hvor mange besøg en sælger skal have pr. butik, hvad sælgerne skal forberede, inden de går ind i butikken, og hvad de skal have ud af hvert besøg.

## HVORDAN KAN DU LØSE UDFORDRINGEN?

Vær sikker på, du har alle relevante butikker med, så den enkelte sælger har dem i sin base, og sørg for at registrere, hvor mange besøg butikken skal have, samt hvilket potentiale butikken har med hensyn til dine produkter. Sørg for, at sælgeren fremstår troværdig og tillidsvækkende, så det er dine produkter, der bliver fremhævet i butikken.

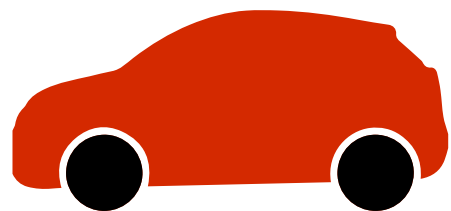
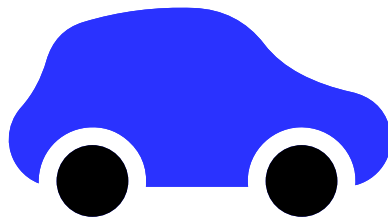




## SÆLGERE PÅ LANDEVEJEN

**Der kører mange sælgere på landevejen, som besøger utroligt mange butikker med mere eller mindre planlagte agendaer indenfor:**

- Dagligvarer
- Smykker, ure, guld, sølv
- Kosmetik, personlig pleje, Parfume
- Frisører
- Tøj
- Gaveartikler/Brugskunst
- Bolig
- Radio- TV
- Cykler
- Og mange flere





## HVAD LAVER SÆLGEREN EGENTLIG?

**Når du er ansvarlig for en række sælgere, ved du så:**

- Hvor mange butikker den enkelte sælger er ansvarlig for?
- Hvor mange besøg sælgeren aflægger pr. periode i den enkelte butik?
- Hvad sælgeren foretager sig fra han/hun træder ind i butikken, til den forlades?
- Hvilken forskel, det har gjort for din virksomhed og for butikken, at din sælger har været i butikken?
- Om sælgeren har det antal besøg pr. dag, han hun kunne have?
- Hvornår sælgeren sidder hjemme og planlægger?



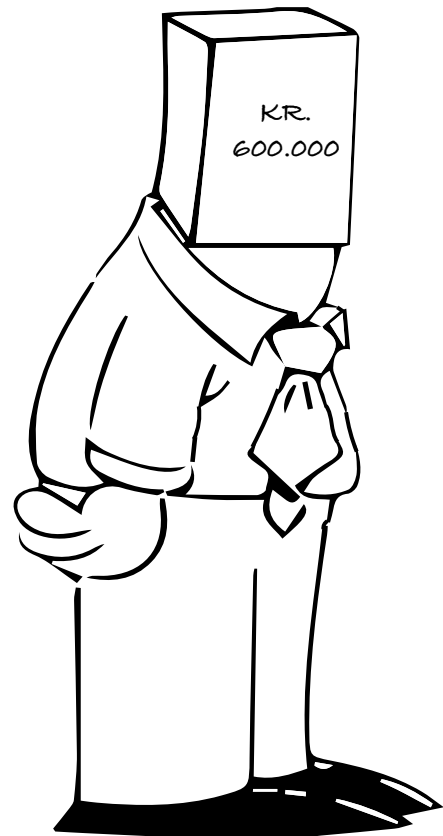


## HVILKET UDBYTT FÅR DU AF SÆLGERENS INDSATS?

Det er jo dyrt at have en sælger, når der skal betales løn, diverse omkostninger, bil, salgsmøder, ferier etc.

Hvor ofte regner du ud, om den gruppe af butikker, som den enkelte sælger er ansvarlig for, giver dig tilstrækkeligt på bundlinjen?

Sælgerens løn etc.	700.000,-
Omsætning i de butikker, der besøges	6.000.000,-
Direkte omkostninger	-3.000.000,-
<b>Dækningsbidrag</b>	<b>3.000.000,-</b>
Generel markedsføring af mærker	-700.000,-
Tilskud til kæders/butikkers markedsføring	-500.000,-
Faste omkostninger excl. sælger	-500.000,-
<b>Nettoresultat før sælgeromkostning</b>	<b>1.300.000,-</b>
<hr/>	
<b>Nettoresultat EFTER sælgeromkostning</b>	<b>600.000,-</b>



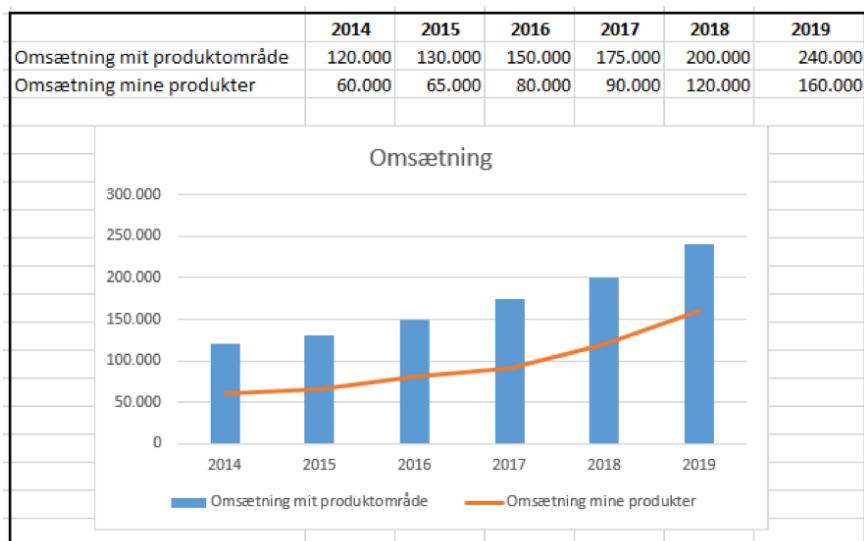


## HAR DU DET KORREKTE ANTAL SÆLGERE I DIN FORRETNING? ER DER NOGEN DER HAR FOR MEGET – OG ANDRE FOR LIDT – AT LAVE?

En sælger, der kører i Jylland skal køre over længere strækninger end en sælger, der kører i København, og det skal der selvfølgelig tages hensyn til.

Derfor skal hele basen af butikker vurderes for at finde ud af, hvor mange besøg hver butik skal have ud fra nogle kriterier, som kunne være:

- Hvilken omsætning har butikken i det hele taget
- Hvilken omsætning har butikken indenfor dit produktområde
- Hvordan ser fremtidsudsigterne ud for butikken indenfor dit produktområde







## BESØGSFREKVENNS - ANTAL BESØG PR. SÆLGER PR. BUTIKSKLASSIFICERING

Når du nu har lagt alle besøg ind på alle butikker, pr. måned, pr. kvartal, eller hvad du vil, så kommer tidspunktet, hvor du skal beregne, om du har det korrekte antal sælgere, om du skal have flere eller færre, eller du skal redigere besøgsfrekvensen.

Butiksklassificering -->	A	B	C	D	TOTAL	Gns/dag
Sælger	4	2	1	0,5		20
Anna Gravesen	20	20	20	15	147,5	7
Jan Jensen	15	30	10	5	132,5	7
Liselotte Petersen	30	22	15	20	189	9
Nikolaj Sørensen	5	50	10	27	143,5	7
Susanne Jensen	10		60		100	5
Torsten Andersen	15				60	3
Totalt antal butikker	95	122	115	67		
Totalt antal besøg alle sælgere					772,5	
A	1 besøg/uge					
B	1 besøg/2 uger					
C	1 besøg/måned					
D	½ besøg/måned					
Antallet af butikker hver sælger har fået tildelt er de sorte						
Det totale antal besøg er de stærkt pink						
Gennemsnitligt antal besøg pr. dag er de blå.						

Som det ses, er der meget stor forskel på, hvor mange besøg hver sælger har pr. dag (henholdsvis 7,7,9,7,5,3), og det er her, der skal redigeres lidt om på tingene, så én ikke får for mange besøg og en anden for få.

Hele dette skema, er en utrolig oversigt for de fleste i retail branchen, da det giver et overblik over hele forretningen.



**Det ligger os meget på sinde at hjælpe interesserede virksomheder, der kan få stor glæde af at strukturere salget og systematisere opgaverne, så der kommer betragtelige ekstra beløb på bundlinjen.**

### **Forfatter: Annette Andersen**

Annette Andersen har arbejdet leverandører til og detailbranchen gennem mange år og har stor viden om, hvordan leverandørerne samarbejder med aktører i disse brancher. Det gælder dagligvareleverandører, der skal håndtere hele flowet af grossister, kæder og butikker for at få deres varer ud til forbrugere/slutbrugere.

Og det inkluderer butikker/forretninger, der er personligt ejede eller tilknyttet frivillige eller egentlige kæder, stormagasiner etc – brancher som f.eks. Smykker, Ure, Guld-Sølv, Tøj, Parfume.

Annette Andersen har gennemført 100-vis af Sælgerstyrings- og CRM projekter i 10 lande for store og små virksomheder.

Viden og erfaring er blandt andet opsamlet hos Unilever, Mars, Nestlé, Statoil, Legoland, Skagen Designs, Globus i Schweiz og Magasin i stillinger som produktchef, marketingchef, divisionsdirektør, managementkonsulent samt via start af egne virksomheder.

Annette Andersen er HD (A) fra CBS, og har videreuddannet sig på blandt andet IMD og Insead

Vil du høre mere, kan du kontakte Annette Andersen på [aa@skyviewcrm.com](mailto:aa@skyviewcrm.com) eller [aa@dtm.dk](mailto:aa@dtm.dk).



### **SkyviewCRM**

Blokken 17 • DK-3460 Birkerød

Tlf.: +45 70 70 13 12

[www.skyviewcrm.dk](http://www.skyviewcrm.dk) • [aa@skyviewcrm.com](mailto:aa@skyviewcrm.com)