HF PROGRESS AB

Starta Eget

Bok 4

Marknadsföringens verktyg
Personlig försäljning

HF PROGRESS AB
Affärsutveckling
Internationalisering
Medarbetarutveckling

Postadress
•Hägglundsgatan 8 A, 2 tr
S-931 40 Skellefteå, Sweden
•North Bothnia office, Storgatan 7
S-972 38 Luleå, Sweden

Telefon
070-662 23 73
0910-72 44 77

Webb
www.hf-progress.se

E-mail
info@hf-progress.se

Bankgiro
218-8480

Affärsutveckling och marknadsföring – Marknadsföringens verktyg, Personlig försäljning

Författare Håkan Forsström
Layout och textredigering Karin Jonsson
Reviderad 2012 av Josef Svanström.

COPYRIGHT

© HF PROGRESS AB
Mångfaldigande av innehållet i denna dokumentation, helt eller delvis, är enligt lagen om upphovsrätten förbjudet utan skriftligt medgivande från HF PROGRESS AB.
Förbudet gäller varje form av mångfaldigande genom tryckning, kopiering, bandinspelning, etc.

Affärsutveckling och marknadsföring –**Marknadsföringens verktyg, Personlig försäljning**

Utg. 01 2004-02-08

Innehåll

INTERN OCH EXTERN IMAGE/PROFILERING 5

Intern och extern image/profilering 6
Marknadsimage 6
Intern image 7
Marknadsimage 8
Företagsimage 8
Produktimage 8
Hjälpformulär image och profilering 9
Några råd 13
Annonser 14
Exempel 1 14
Exempel 2 15

PÅVERKANSFORMERNA/SÄLJSTÖDSÅTGÄRDERNA 17

Gruppering av påverkansformerna/säljstödsåtgärderna 18
Personlig försäljning 18
Reklam 18
SP (sales promotion) - säljhjälp 18
PR (public relations) - publicitet 18
Påverkan av marknaden 19
Enkel kommunikationsmodell 20
Grundregel för utformning av budskap, AIDA 21
Reklam trycksaker 22
Några råd 23
Reklam annonser 24
Utformning av annonser 25
För- och nackdelar med olika media 26
Reklam direktreklam 27
Oadresserad DR 27
Adresserad DR 27
Några råd 28
Säljbrevet 31
Några råd 32
Reklam IT 33
Reklam film/TV 34
Reklam TV 34
Reklam videofilm 34
Reklam mässor/utställningar 35
Några råd 36

PR (public relations) - publicitet 37
Att arbeta med pressen 38
Dagspress 38
Fackpress 39
Lathund vid presskontakter 40
SP (sales promotion) - säljhjälp 41
Utbildning av säljare 41

ÖVRIGA TAKTISKA HJÄLPMEDEL 43
Prissättning och rabatter 44
Helhetssynen på affärer 46
Kvalitet 48
Rätt och fel kvalitet 49
Garanti 50
Resultatgaranti 50
Funktionsgaranti 50

PERSONLIG FÖRSÄLJNING 51
Personliga egenskaper 52
Härledning av nyckelegenskap 53
Kommunikation 54
Varseblivningspsykologi 55
Våra referensramar 56
Försvar 57
Försvar aktiveras alltid av upplevelsen av hot! 57
Att ta sig genom försvar i en förhandling 59
Kroppsspråket 60
Exempel på gest – innebörd 61
Säljsamtalet 62
Kontakt – behov – bevis – beslut 62
1. Kontakt 62
2. Behov 63
3. Bevis 64
4. Beslut 65

MARKNADSPLANEN 67
Marknadsplanen 68
Några råd 69
Exempel på förenklad marknadsplan 70