

SERVICE I SALG

Service, kunde- eller klientbetjening, betjening av gjester.

Salg, å selge noe du eier, overdragelse av eiendomsrett mot betaling. Ved et hvert salg foregår det på andre siden et kjøp.

STORE NORSKE LEKSIKON

Salg

«Salg er å få kunden til å ta en beslutning, som er positiv for begge parter.»

Salget er det som sikrer bedriftens lønnsomhet og arbeidsplasser.

Hva er service?

Service er et **produkt**, en **opplevelse** en **tjeneste**, og **skapes** i samspill mellom kunden og deg som servicemedarbeider.

Med service mener vi den **totalopplevelsen** en kunde har i samhandel med en serviceproduserende virksomhet.

Vi deler her service opp i:

- Personlig service
- Systemservice
- Materiell service
- Reklamasjoner

Personlig service

Er mellommenneskelig samspill mellom kunden og salgsmedarbeideren.

Eksempler på serviceelementer er å lytte til, forstå og tilpasse seg kundens behov, informere om løsninger på kundens behov, veilede, gi råd og gi kunden en behagelig opplevelse.

Du er viktigst

Medarbeideren er den aller viktigste ressursen i kampen om kundene.

Den servicen medarbeideren yter overfor kundene er helt avgjørende om man skaper et positivt eller negativt forhold til hver enkelt kunde.

Kunnskap gir trygghet, og det er først når vi føler oss trygge at vi er i stand til å yte god service

Førsteintrykket

Kundene må få et positivt førsteinntrykk av bedriften og de som arbeider der.

Førsteintrykket som gis er også avhengig av de ansattes utseende, kroppsholdning og påkledning. Husk at det kan gjøres bare en gang, og vil ofte være avgjørende for den videre kundekontakten.

Oppgave - gruppe

Hvordan gi det beste førsteinntrykket nå etter at vi har gjennomgått og hevet kompetansen innen Kommunikasjon og service?

Systemservice

Systemservice dreier seg om å følge riktige systemer og rutiner.

Systemservice innebærer også god logistikk (koordinering og styring av varer og mennesker).

Oppgave

Hvilke systemservicer har dere i deres

- Bedrift
- Senteret
- Sentrum

Materiell service

Materiell service går på rent ytre faktorer

- tilgjengelighet
- skilting
- fasade
- inngangsparti
- belysning etc.

Hvorfor er det så viktig?

God service:

- Legger grunnlaget for godt salg
- Gir bedriften en fortjeneste som igjen gir arbeidsplasser
- Skaper tillit, trygghet og legger grunnlaget for et varig kundeforhold

Service må bli et begrep med felles innhold for alle ansatte

Undersøkelser viser at 82 % av kundene er villige til å betale mer hvis de opplever fantastisk/god service

Service er en opplevelse

For kunden er **totalopplevelsen** viktig. Den kan bestå av ulike situasjoner og møter med ulike mennesker. Uansett hvor i denne rekken av hendelser du møter kunden, blir du en aktør i den totale serviceopplevelsen.

Når man er servicemedarbeider, kan man produsere hele **totalopplevelsen** eller ett enkelt element i totalopplevelsen.

Oppgave

Hva er service for deg?

Gi eksempler på at du har fått god service.

Gi eksempler på at du har fått dårlig service.

Totalservice

Ofte har ikke bedrifter en klar holdning til service, slik at den servicen som gis er ut fra medarbeiderens personlige forutsetninger.

Service må bli et begrep med felles innhold for alle ansatte.

For at kunden skal få en positiv opplevelse, må de som arbeider i butikken ha oversikt over alt fra butikkens profil til behandling av reklamasjon

Servicekonsept/servicekultur

Er et ferdig satt konsept/retningslinjer for hvordan vi vil at våre selgere skal selge til kundene.

Vi har en kultur for hvordan vi skal utøve salgsprosessen.

Servicekonsept/servicekultur

- Hva slags servicekultur har dere i deres bedrift?
- Hvordan kan vi jobbe for å innarbeide dette hos alle ansatte?

Et godt servicekonsept

Fiskebutikken i Seattle

De har en god og gjennomtenkt filosofi for hvordan de driver sin business, og filosofien består av fire enkle punkter:

- Play – Ha det morsomt på jobb
- Make their day – Begeistre kundene
- Being there – Være tilstede i øyeblikket
- Choose your attitude – Velg å ha en positiv holdning når du er på jobb

Opplevelse > forventningen

Gjør at kunden anbefaler bedriften overfor andre

Positiv omtale mer verdt enn reklame gjennom media

En fornøyd kunde snakker med 3 andre personer

En misfornøyd kunde snakker med 11 andre personer

Opplevelse < forventningen

Negativ omtale har mye større spredning enn positiv omtale og bidrar til at bedriften får dårlig rykte i markedet. Man bør derfor oppfordre kundene til å klage når de har grunn til det.

Dette fører til at bedriften får kjennskap til hvor godt eller dårlig den fungerer i forhold til kundene og kan gjøre forbedringer.

Generasjon Z

15 -18 år

Kjennetegn

Sosial
Visuell
Ansvarlig
Utålmodig

Shopping

Unike produkter
Verdi drevne
Shopper utenfor
grensen

Generasjon Y

19 -36 år

Kjennetegn

Forsiktige
Travle
Bevisste
Felleskap orienterte

Shopping

Opplevelser
Tillit
Fast Track

Generasjon X

37 -57 år

Kjennetegn

Tech – kyndige
Pragmatiske
Kjøpesterke
Frihetssøkende

Shopping

Pris
Råd og service
Informasjon

Baby Boomers

58 -71 år

Kjennetegn

Tradisjonelle
Idealister
Tech – skeptiske
Krevende

Shopping

Råd & service
Utilgivende...
Kvalitet

Fremtidens kunder - POWERKUNDER

(WGSN Retail Executive Survey, November 2018)

Kjappe og slagkraftige kunder
Avgjørende forbrukerfaktorer:

Butikken i hånda!

Bakgrunn: Kunder forventer å bruke apper og betale uten å gå til kassa.
Butikker trenger automatiserte løsninger, og på flere steder

Føle og være!

Bakgrunn: kundene føler på ensomhet
Vil være mer menneske
Søker stunder og steder hvor man skaper relasjoner

Fremtidens kunder - POWERKUNDER

Tillit!

Bakgrunn: Kundene er usikre på hva som er ekte
Gå for brand-strategier som utvikler tillit

Klima freak-outs!

Bakgrunn: Klimaproblemene blir mer synlige
Kundene prøver nå selv å gjøre sin innsats for å redde verden

Den lange (seige) generasjonen

Bakgrunn: Samfunnet blir eldre
Butikkene må betjene den økende eldrebefolkningen

Eierskap

Bakgrunn: Butikker eier mindre og deler mer.
Tenk gjennom hva man egentlig selger

Oppgave

Hvordan merker dere de nye power kundene?

Hvordan får vi power kundene til å bli våre lojale kunder?