

# Salgsplan

## Referanse til kapittel 4

### Grunnlag for en god salgsplan

- Gjennomføre nødvendige analyser og beskrivelser for å forstå kundens marked og kjøpsmotiver
- Beskrive kundens oppfattelse av det vi har gjort og levert til organisasjon
- Sette mål og delmål for aktiviteter, økonomi og kostnader
- Utforme nødvendige strategier for å nå målene
- Utforme handlingsplaner
- Analyse av markedet



## Selgers salgsplan

- Selgers budsjett fordelt på år, halvår etc.
- Årsplanen, 1. halvår, Q1, pr. måned, pr. uke
- Innsalgsaktiviteter; digitale, SOME postale, telefoniske
- «Faglige kundesamlinger»
- Messer
- Workshops med store kunder
- Interne salgsmøter
- PU, trening, opplæringsamlinger
- Faste innedager for tilbudsskriving og -oppfølging
- Fokus på salgstrakta si

## Månedspan

Navn: \_\_\_\_\_

Salgstrakta		Mål	Res
Antall tlf	A-kunder		
	B-kunder		
	C-kunder		
Gjennomførte møter	A-kunder		
	B-kunder		
	C-kunder		
Avsluttede salg	A-kunder		
	B-kunder		
	C-kunder		

Disp av dagene	Mål	Res
Møtebooking		
Tlf oppfølging		
Tilbudsskriving		
Kundemøter		
Interne møter		

