

Hur du tar reda på vad kunden VERKLIGEN vill

Vad vill din drömkund? Har du förstått kunden rätt eller tror du bara att kunden vill ha det du erbjuder?

Att veta är försäljningens akilleshäla. Vi tror ofta, men vi vet inte säkert.

Att ta reda på detta är inget man gör i en handvändning, utan det kräver både arbete och goda rutiner. Men det lönar sig - för den som tar sig tid och noggrant tar reda på vad kunden verkligen vill **kommer lyckas med sitt företagande!**

När du vet så kan du

- kommunicera på rätt sätt så ni förstår varandra - både i tal och skrift
- bli trovärdig
- erbjuda rätt tjänster som kunden vill köpa
- uppfylla kundens behov, önskemål, drömmar och förväntningar
- bli hittad via Google



6 sätt att ta reda på mer om din kund

1 – Go Wide Go Deep

Denna metod har jag lärt mig av min [Business coach Troy Dean på WP Elevation](#). Den är väldigt bra att använda när du har en person framför dig som har sagt att hen vill köpa en tjänst av dig. Själv använder jag den inför att jag skriver en offerter för större uppdrag. Tex om någon vill ha en ny hemsida eller vill ha hjälp med marknadsföringen online. Den hjälper mig få svar på vad som är viktigast att uppnå för min kund och hjälper mig när jag ska klura ut hur vi ska uppnå detta resultat.



Varför är det viktigast?

Tekniken bygger på

- öppna frågor
- kunden har uttryckt ett önskemål om någon av mina tjänster (tex vi behöver en ny hemsida)

Så här går det till

Go Wide - Fråga brett om kundens uttryckta önskemål

- Jag frågar - varför vill du/behöver du tjänsten (varför behöver du en ny hemsida)
- Kunden svarar - för att xxx (för att min webbdesigner har gått upp i rök)
- Jag frågar – är det någon annan orsak varför ...
- Kunden svarar - för att yyy (för att hemsidan ser gammal och omodern ut)
- Jag frågar – OK – jag förstår - är det någon annan orsak till att ...
- Kunden svarar - för att zzz (för att jag inte får in tillräckligt många leads via hemsidan)

Jag frågar tills kunden säger – nej det är nog alla orsaker till att jag är intresserad av din tjänst (en ny hemsida).

Go Deep - Då är det dags att gå på djupet

Av dessa tre – vilken av orsakerna är viktigast för dig?

Sen börjar jag fråga **Wide** - brett igen.

Varför är det viktigast för dig?

När kunden inte har fler svar på varför denna orsak är viktigast för mig går jag på **Deep** – på djupet igen.

När jag uppfattar att jag fått alla svar från kunden så är jag klar och sammanfattar vad jag kommit fram till och får accept från kunden.

Detta är lite abstrakt att skriva om – vill du ha hjälp med detta så hör av dig till mig.

2 – Klona din bästa kund



Om du redan har en kund som du ser som din drömkund funder ut:

- vad det är som gör att denna kund är din drömkund
 - hur kan du använda hen till att identifiera andra
 - gör en lista
 - fråga kunden (tex frågorna i #3 nedan)
-

3 – Intervjua de 5 – 10 senaste kunderna

Några exempel på öppna frågor du kan ställa:

- Vad vill kunden uppnå?
- Varför vill de uppnå det - vilka problem, önskemål, drömmar, förväntningar?
- Hur beskriver de dina tjänster?
- Om de ska söka efter dig – hur skulle de söka?
- Om de skulle berätta om dig och dina produkter – hur skulle de göra det?
- Var lyhörd för orden - anteckna
- Försök få fram den känsla som kunden har för dig
- Banda samtalet för att få med känsla och ord

4 – Skicka en enkät



SurveyMonkey®

Det finns en rad verktyg som du kan använda för att skicka en enkät. En av dem är www.surveymonkey.com

Med SurveyMonkey kan du gratis ställa 10 anonyma frågor till dina sannolika drömkunder.

Använd samma frågor som i tips #3 och/eller frågor som har kommit fram när du har intervjuat dina kunder. Jag rekommenderar att du är mer specifik.

Såklart är öppna frågor bra även här, men risken är att du inte får så många svar eller att svaren är svåra att tyda. Du kan även göra två olika enkäter – en med öppna frågor och en med specifika.

De specifika frågorna vinner på att vara flervalsfrågor – du kan också ha ett "övrigt" alternativ.

Test ditt formulär på några få innan du går ut brett.

5 – Sociala medier

Ett annat bra ställe att ta reda på mer om din kund är att hänga på samma ställe som dem i sociala medier.

Här är några förslag på informationskällor.

- Följ diskussionerna som förs i de sociala medierna där kunderna är aktiva.
- Om det är en aktiv FB-grupp som tar upp ditt område – skapa en omröstning där med frågor du vill ha svar på. Du kanske behöver fråga administratören för gruppen först om det är OK.
- Glöm inte grupperna på LinkedIn.
- Lägg också på minnet vilka frågor som tas upp i grupperna – det kanske är saker som dina tjänster löser. När du har frågorna är det lättare att förbereda de rätta svaren.
- Har du en egen FB-sida så analysera statistiken. Vilka slags inlägg ger mest engagemang?
- Har du en egen FB-grupp? Om inte – då har du mycket att vinna på att skapa en. Du får mycket lättare att kommunicera med gruppmedlemmarna.



6 – Lyssna aktivt

Ett bra sätt att samla på det som kunden verkligen vill är att lyssna aktivt efter saker som din omgivning tar upp om ditt område. Det gäller både kunder, vänner och media.

Skriv ner invändningar, beröm, beskrivningar mm.

Med detta i bagaget kan du sedan förbereda svar som du kan använda när du beskriver dina tjänster, skriver blogginlägg eller gör inlägg i sociala medier.

Sammanfattning

Nu när du vet vad kunden verkligen vill så förstår ni varandra bättre. Det kan du utnyttja både i tal och skrift. Du blir mer trovärdig och blir en auktoritet inom ditt område.

Du kan lättare erbjuda rätt tjänster som dina kunder vill köpa eftersom de uppfyller kundens behov, förväntningar, drömmar eller andra önskemål.

Och sist men inte minst – med de rätta orden och formuleringarna så blir du lättare hittad via Google.

Det här var några förslag från min sida. Det finns säkert en uppsjö av andra idéer också. Tips gärna om du har något tips på lut!

Annars är det dags för oss att gå ut och ta reda på vad kunden verkligen vill!

Och behöver du hjälp – så hjälper jag dig gärna.

Lycka till!

Eva



Eva Synnergren

eva@kindbo.com

0708-770030

Hjälper företag att lysa på nätet