



## Så förhindrar du att dina digitala möten avbokas

### Hur du förhindrar att kunden avbokar eller skjuter upp mötet

I digitala tider som dessa är det extra viktigt att upprätta en god kundrelation och skapa förtroende även om du kanske inte ses fysiskt med kunden.

På både köpar- och säljarsidan är det numera accepterat att ses digitalt istället för fysiskt, men många säljorganisationer lider av flyttade och ombokade möten. Få saker är så irriterande för en säljare som ett inställt möte; det sabbar planeringen och riskerar även att äventyra budgetuppfyllnaden.

Är du som de flesta och undrar vad du kan göra för att kunden skall prioritera dina möten i större utsträckning?

Låt oss först vara överens om att kunden i dessa tider ofta är under hård press, tillika upptagen, uppkopplad, mobil och självständig. Den digitala strukturomvandling som pågår gör också att kundens köpresa är förändrad och att det numera görs mycket research digitalt. I en McKinsey studie fann man att två tredjedelar av köparna fortfarande vill ha mellanmännisklig kontakt, och tricket för alla organisationer är att förstå i vilken del av kundresan som mänsklig interaktion är viktig.

Med andra ord är säljarens roll som idéskapare och utbildare under mötet mycket viktig. Men det innebär också att kunden måste prioritera mötet tillräckligt högt för att inte avboka det.

Vi har i denna snabbguide samlat våra bästa tips för att säkerställa att dina inbokade möten faktiskt blir av

### 5 sätt att få dina kundmöten att sitta som superlim

1. Kom ihåg att mötet börjar redan innan det bokas in. Allt startar med att du skapar medvetna eller omedvetna förväntningar hos kunden, och dessutom skaffar dig tekniska förutsättningar för att kunna köra möten.

2. Tänk på att det numera finns ett antal oskrivna etikettsregler för digitala möten. Kamera på, bra ljud och inget störande bakgrundsljud. Om du dessutom fått på dig propra kläder, kommit ur pyjamasen och kammat dig (i denna hemmajobbande tidsålder), så har du kommit långt.

3. Boka dina möten i möjligaste mån inom två veckor. Så himla mycket kan hända på kort tid, och ju snarare i tiden du bokar in mötet desto färskare är förväntningarna på det som komma skall.

3. Inför mötet, förstärk dina chanser att bygga relation och stärka ditt förtroendekapital genom att "connecta" med personen på lämplig social plattform. Inom B2B är det fortfarande LinkedIn som gäller.

4. Bygg upp förväntningarna inför mötet, genom att placera relevant information om din produkt eller omvärldsbevakning framför näsan på kunden. Hur sofistikerade metoder du skall använda avgörs av din tekniska mognad, vilka marknadsresurser du har tillgång till och din ambitionsnivå. Men kanaler skulle kunna vara sociala medier, mejl, brev och lämpliga media-plattformar.

5. Bygg en bekräftelse strategi som ligger i kalendern som en påminnelse om ert kommande möte, gärna med en kul twist. Vill du vara säker på att vinna vägen till kundens hjärta (som ju som bekant ofta går via magen), varför inte buda över några goda bullar lagom till ert möte?!

*Vill du få kostnadsfri rådgivning om hur ni kan trygga mötesförsörjningen?*

*Kontakta Protosell idag.*