

*pro  
to  
sell.*

# Misstag säljorganisationer gör under lågkonjunktur

Under lågkonjunktur blir konkurrenterna mer defensiva och de modigaste och smartaste företagen inser att det är den bästa tiden att satsa på försäljningen. Det är under dessa utmanande ekonomiska förhållanden som möjligheterna att erövra marknadsandelar och bygga långsiktiga kundrelationer blir som mest gynnsamma. Genom att vara proaktiv, anpassa din strategi och erbjuda exceptionellt värde kan ditt företag skapa en stark grund för framtida tillväxt. Låt inte lågkonjunkturen bli ett hinder, utan en plattform för att skina och överträffa förväntningarna.

I artikeln berättar vi om de fem vanligaste misstagen som företag gör under lågkonjunktur och hur du kan undvika dem.

## **MINSKAD MARKNADSFÖRING & REKLAM**

Under lågkonjunktur är det vanligt att företag minskar sin marknadsföringsbudget och drar ner på sina kampanjer. Detta kan leda till en minskad synlighet och exponering för företaget, vilket i sin tur påverkar leadsgenereringen negativt. Istället bör du överväga att omstrukturera er marknadsföring och investera i kostnadseffektiva kanaler och strategier för att nå ut till potentiella leads.

## **OFULLSTÄNDIG ELLER INAKTUELL MÅLGRUPPSANALYS**

Att ha en tydlig och korrekt identifierad målgrupp är avgörande för framgångsrik leadsgenerering. Under lågkonjunktur kan marknadstrender och köpbeteenden förändras, vilket innebär att ni måste uppdatera er målgruppsanalys och anpassa strategin därefter. Att inte ta hänsyn till dessa förändringar kan resultera i att ni går miste om relevanta leads.

## **BRISTER I ON-LINE NÄRVARO OCH DIGITAL MARKNADSFÖRING**

I dagens digitala tidsålder är en stark online-närvaro och effektiv digital marknadsföring avgörande för att generera leads. Företag som inte har en välfungerande webbplats, en relevant närvaro i sociala medier och en strategi för sökmotoroptimering kan missa möjligheter att locka och konvertera leads. Det är viktigt att ha en robust digital strategi och använda olika onlinekanaler för att synas och attrahera potentiella kunder.

## **OTILLRÄCKLIG LEADSGENERERING OCH KONJUNKTURANPASSADE ERBJUDANDEN**

Under lågkonjunktur blir potentiella kunder mer försiktiga med sina inköp och kräver mer värde och fördelar för att överväga att bli kunder. Om ni inte kan erbjuda konjunkturanpassade erbjudanden kan det vara svårt att generera leads. Alltså bör ni noggrant analysera och anpassa era erbjudanden för att locka och engagera potentiella kunder även under lågkonjunktur.

## **BRISTFÄLLIG UPPFÖLJNING AV LEADS**

När leads väl har genererats är det viktigt att följa upp och inte dröja med återkoppling eller förslag på nästa steg. Under lågkonjunktur är det vanligt att företag missar eller försummar leads på grund av personalbrist eller överbelastning. Genom att inte ha en strukturerad och effektiv process för uppföljning och leadshantering kan ni förlora potentiella affärsmöjligheter. Under tuffa tider är det extra viktigt att ha tydliga riktlinjer och system för att följa upp och vårda leads genom hela säljprocessen.

*pro  
to  
sell.*



Genom att undvika dessa fem vanliga misstag och istället anpassa er marknadsföring, målgruppsanalys, online-närvaro, erbjudanden och leadsgenerering kan ni istället öka era chanser att framgångsrikt generera leads även under lågkonjunktur.

*Protosell*

---

WWW.PROTOSELL.SE