



Del 4: Säljplanering

Introduktion för Läraren:

I Del 4 av kursen, "Säljplanering", utforskar vi hur företag kan utveckla och implementera effektiva säljstrategier. Denna del fokuserar på användningen av Ansoffs matris för att utveckla säljstrategier, förståelsen av affärskurvan och Paretoprincipen, betydelsen av kundsegmentering, samt kundbearbetning baserat på kundkategori. Lektionerna syftar till att ge eleverna praktiska verktyg och insikter för att skapa, utvärdera och optimera säljplaner.

Lektion 1: Säljstrategi med Ansoffs Matris

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om Ansoffs matris och dess tillämpning i säljstrategi.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Introduktion till Ansoffs matris och dess fyra kvadranter: marknadspenetration, produktutveckling, marknadsutveckling och diversifiering. (10 min)
2. **Gruppuppgift:** Tillämpa Ansoffs matris på ett verkligt företag för att föreslå potentiella säljstrategier. (20 min)
3. **Presentation:** Grupperna presenterar sina strategiförslag och motiverar sina val. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Diskutera de föreslagna strategiernas genomförbarhet och potentiella risker. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppuppgift:

- Välj ett företag som ni känner till.
- Använd Ansoffs matris för att identifiera nya säljmöjligheter för företaget.
- Förbered en presentation som förklarar hur varje vald strategi kan implementeras och vilka utmaningar som kan uppstå.



Lektion 2: Förståelse av Affärskurvan, Paretoprincipen och Den Långa Svansen

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om affärskurvan, Paretoprincipen (80/20-regeln) och konceptet av den långa svansen.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Översikt av affärskurvan, Paretoprincipen och den långa svansen och deras relevans för försäljning. (10 min)
2. **Case Study:** Analysera hur ett företag kan applicera dessa principer för att optimera sin produktportfölj och försäljningsstrategi. (20 min) Case study illustrerar vikten av att förstå och tillämpa både Paretoprincipen och konceptet av den långa svansen för att optimera produktportföljer och maximera lönsamheten.
3. **Gruppdiskussion:** Utforska hur dessa koncept kan påverka beslut om kundbearbetning och produktfokus. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Diskutera potentialen och utmaningarna med att tillämpa dessa principer i olika marknadsförhållanden. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Case Study:

- Välj ett företag eller utgå från TechGadgets Inc för att analysera dess produktportfölj eller kundbas utifrån Paretoprincipen och konceptet av den långa svansen.
- Identifiera vilka förändringar företaget kan göra för att förbättra sin försäljning och kundtillfredsställelse.

Lektion 3: Kundsegmentering

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om kundsegmentering.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Principer och fördelar med kundsegmentering. (10 min)
2. **Grupppuppgift:** Utveckla en kundsegmenteringsstrategi för ett hypotetiskt företag. (20 min)
3. **Presentation:** Grupperna presenterar sina segmenteringsstrategier. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Vikten av kundsegmentering i skapandet av riktade och effektiva sälj- och marknadsföringsstrategier. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Grupppuppgift:

- Skapa en segmenteringsstrategi som identifierar olika kundgrupper baserade på specifika kriterier (t.ex. demografiska, beteendemässiga).
- Diskutera hur företaget kan anpassa sina produkter, tjänster och kommunikation för varje segment.



Lektion 4: Kundbearbetning och Kundkategori

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om kundbearbetning och identifiering av kundkategorier.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Metoder för kundbearbetning och vikten av att identifiera olika kundkategorier. (10 min)
2. **Rollspel:** Simulera kundinteraktioner baserade på olika kundkategorier. (20 min)
3. **Gruppdiskussion:** Strategier för skräddarsydd kundbearbetning utifrån kundkategori. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Reflektera över rollspelen och diskutera hur företag kan använda denna kunskap för att förbättra sin försäljning och kundrelationer. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Rollspel:

- Delas in i grupper och tilldelas olika kundkategorier att agera ut (t.ex. ny kund, återkommande kund, tveksam kund).
- Genomför rollspel där ni som säljteam måste anpassa er approach för att effektivt bearbeta varje kundkategori.
- Diskutera efteråt hur anpassningen av försäljningsstrategin påverkade utfallet av kundinteraktionerna.



Lektion 5: Säljtratten

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om säljtratten och dess betydelse för försäljningsprocessen.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Grundläggande principer för säljtratten - från medvetenhet till åtgärd. (10 min)
2. **Gruppuppgift:** Utveckla en säljtratt för en ny produkt eller tjänst, inklusive strategier för att leda potentiella kunder genom varje steg. (20 min)
3. **Presentation:** Grupperna presenterar sina säljtrattar och diskuterar taktiker för att maximera konverteringar på varje steg. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Analysera gemensamma framgångsfaktorer och utmaningar i de presenterade säljtrattarna. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppuppgift:

- Skapa en säljtratt som omfattar stegen medvetenhet, intresse, önskan och åtgärd för en vald produkt eller tjänst.
- Fokusera på kreativa och effektiva strategier för att förflytta potentiella kunder genom tratten.
- Förbered en presentation som förklarar hur varje del av tratten fungerar och dess betydelse för den övergripande försäljningsprocessen.