

Ordlista med förkortningar

Norval Institute är ett kunskapsföretag som utvecklar affärsprocessen försäljning

Norval Institutes produktportfölj inkluderar olika kompetensmodeller inom strategisk, taktisk och operativ försäljning. Affärskartan, säljhjulet och affärspportföljen är några av de koncept som är framtagna från Norval Institute.

Vi utvecklar affärsprocessen försäljning genom utgivning av böcker, koncept, undersökningar, föreläsningar och utbildningar.



Ordlista

Inom försäljning förekommer många specifika ord och begrepp, en del lättbegripliga, andra mer svårtydda. Många termer inom handelns och ekonomins områden härstammar från det tyska medeltida handelskompaniet Hansans stora inflytande. Moderna ord och förkortningar är ofta på engelska och härrör från den globala påverkan som Storbritannien och USA har inom ekonomi och internationella affärer. Vi vill också lyfta fram användbara äldre svenska ord som exempelvis *båtnad* och *lega*. Ordlistan inleds med vanligt förekommande förkortningar.

Förkortningar

4P	Product, Place, Price, Promotion
SA	Aware, Appeal, Ask, Act, Advocate
7P	Product, Place, Price, Promotion, People, Process, Physical Evidence
AB	Aktiebolag Always
ABC	Be Closing
ABF	Argument, betydelse, fråga
ABL	Aktiebolagslagen
AIDA	Attention, Interest, Desire, Action
AM	Account Manager
ASP	Average Selling Price
BANT	Budget, Authority, Need, Time
BPI	Behavior Performance Indicators
B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
B2P	Business to Public
CAGR	Compound Annual Growth Rate
CAIC	Change, Agent, Insight, Coach Chief
CEO	Executive Officer
CFO	Chief Financial Officer Connect,
CCC	Convince, Collaborate
CIF	Cost Insurance and Freight (Incoterms) Chief
CIO	Information Officer
CISG	Convention on Contracts for the International Sale of Goods
C2C	Consumer to Consumer Close
COB	of Business
CRM	Customer Relationship Management
CSR	Corporate Social Responsibility Chief
CTO	Technology Officer
CXO	Chief X Officer
DDP	Delivered Duty Paid (Incoterms) Direct
D2C	to Consumer
DISC	Dominance, Influence, Stability, Conformity Earnings
EBITA	Before Interest, Taxes and Amortization Ekonomisk
EF EFN	förening
EFI	Egenskap, fördel, nytta
EMV	Egenskap, fördel, inverkan
EOL	Egna Märekesvaror
FFB	End ofLife
EXW	Feature Function Benefit Ex
FMI	works (Incoterms) Fastighetsmäklarinspektionen

FOB	Free on Board (Incoterms)	OEM	Original Equipment Manufacturer
FTE	Full Time Equivalent	PaaS	Product-as-a-Service
FUD	Fear, Uncertainty and Doubt	PEST	Political, Economic, Social, Technological
FUE	Före, under och efter	P/E	Price to Earnings Ratio
GAAP	Generally Accepted Accounting Principles	PGU	Planering, genomförande, uppföljning
GAM	Global Account Manager	P&L	Profit and Loss Statement
GATS	General Agreement on Trade in Services	PLC	Product Life Cycle
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade	POS	Point of Sale
GDQ	Group Development Questionnaire	PSS	Professional Selling Skills
G&A	General and Administration Expenses	P2P	Peer to Peer
GUD	Globalisering, urbanisering, digitalisering	RAK	Resultat, aktivitet, kvalitet
HBR	Harvard Business Review	RIK	Resultat, insats, kompetens
HR	Human Resources	RFI	Request for Information
ICC	International Chamber of Commerce	RFP	Request for Proposal
IFRS	International Financial Reporting Standards	RFQ	Request for Quotation
IMM	Institutet Mot Mutor	ROI	Return of Investment
IoT	Internet of Things	RTM	Routes-to-market
IPO	Initial Public Offering	SaaS	Software-as-a-Service
JIT	Just-in-Time	SAM	Strategic Account Manager
KAM	Key Account Manager	SCM	Supply Chain Management
KBT	Kognitiv beteendeterapi	SEO	Search Engine Optimization
KO	Konsumentombudsmannen	SLA	Service Level Agreement
KPI	Key Performance Indicators	SME	Small and Medium size Enterprises
LOC	Letter of Credit	SPIN	Situations-, problem-, implikations- och nyttofrågor
LOI	Letter of Intent	SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
LOU	Lagen om offentlig upphandling	SÖKA	Situation, önskat läge, konsekvens, accept
LOV	Lagen om valfrihetssystem	TB	Täckningsbidrag (kronor)
LUK	Lagen om upphandling av koncessioner	TED	Technology, Entertainment & Design
MA	Marketing Automation	TCO	Total Cost of Ownership
MATA	Mål, agenda, tid, accept	TG	Täckningsgrad (procent)
MBTI	Myers-Briggs Type Indicator	USP	Unique Selling Point
MD	Managing Director	VAR	Value Added Retailer
MDM	Mega Deal Manager	VP	Vice President
META	Situationsanpassad försäljning	WTO	World Trade Organization
MFL	Marknadsföringslagen	W3	What, When, Who
MLM	Multi Level Marketing	YTD	Year to Date
MOU	Memorandum of Understanding	ÅF	Återförsäljare
NDA	Non-Disclosure Agreement	ÅTA	Ändrings- och Tilläggsavtal
NGO	Non-Governmental Organizations		
NKI	Nöjd kund-index		
NOSE	Need, Opportunity, Solution, Evidence		
NPS	Net Promotor Score		
NSS	Needs Satisfaction Selling		
OBM	Organizational Behavior Management		

Ordlista

Accept - när en kund bekräftar en överenskommelse, i juridisk mening ett godkännande av anbud eller offert.

Acceptfrist - den tid då säljaren är bunden av sitt anbud. Om inget särskilt anges så är acceptfristen normalt 30 dagar.

Ackord - en ekonomisk uppgörelse där fordringsägare (borgensnärer) minskar sina fordringar proportionerligt till viss del av ursprunglig fordran, till exempel 50 procent. Ackord används då gäldenären inte kan betala sina skulder. Alternativet för fordringsägarna är ofta en konkurs och kanske en total förlust av sin fordran.

Account Management - ett säljarbete där en kundansvarig säljare, Account Manager, ansvarar för den kommersiella relationen till en utvald kund. I rollen ligger att vara gränssytan mellan kundens och säljarens organisation. Genom att förstå kundens verksamhet, organisation och behov kan en Account Manager initiera och utveckla affärer mellan parterna.

Account-based Management (ABM) - är en taktisk fokusering av marknadsföring mot en viss kund istället för ett helt kundsegment.

Affär - (affärstransaktion eller affärshändelse) är en handling där minst två parter gör en överenskommelse och utbyter produkter eller annat av ekonomiskt värde mot betalning.

Affärskomplexitet - handlar om hur komplicerat eller komplext en affär är beskaffad och därmed hur svår den är att genomföra. Affärskomplexitet kan förenklat baseras på två faktorer: dels antalet inblandade personer, dels affärprocessens tidslängd. Det innebär att ju fler inblandade personer och ju längre tid, desto mer komplex affär.

Affärslögik - de regler, processer och avgöranden som styr en affär. Bakomliggande är de ekonomiska villkoren för en viss typ av affär.

Affärsman/Affärskvinna - de personer som har som sitt uttalade ansvar att göra affärer och skapa intäkter (till exempel affärschefer, säljare) men även andra personer som har kommersiella kontakter med kunder (till exempel projektledare, kundansvariga).

Affärsmannaskap - en förmåga att tänka kund, affär och hur man skapar lönsamma intäkter baserat på god affärssed.

Affärsmetoder - ett annat ord för marknadsföring. Täcker alla de handlingar och budskap en affärsidkare utför i samband med marknadsföring och försäljning av en produkt.

Affärsmodell - avser dels den intäktsmodell ett företag använder (prismodell), dels i en vidare mening hela affärsverksamheten.

Affärsmöjlighet - en potentiell affär och intäktsmöjlighet. Det är en potentiell affär som både det säljande och det köpande företaget har intresse och nytta av att genomföra. En ny affärsmöjlighet kallas ibland för "lead".

Affärsnytta (business case) - förslag till förändring av en organisations verksamhet med analys av nyttan av förändringen, ställd mot kostnaderna. Det är underlag för beslut. I mer allmän betydelse är affärsnyttan nyttan av förändringen.

Affärsparter - de juridiska parter som ingår en affär. Man brukar skilja på olika affärstyper beroende på inblandade affärsparter:

- Affärer mellan företag (Business-to-Business, B2B)
- Affär mellan företag och konsument (Business-to-Consumer, B2C)
- Affär mellan företag och myndighet (Business-to-Public, B2P)
- Affärer mellan konsumenter (Consumer-to-Consumer, C2C)
- Affärer mellan konsumenter som avser byte, delning eller hyra (Peer-to-Peer, P2P)

Affärsvillkor (Terms and Conditions) - de kommersiella villkor som gäller för en viss affär. Det handlar om betalningsvillkor, leveransvillkor, ansvar, tvister, sekretess med mera.

Affärsvärde - det uppskattade ekonomiska värdet av en affär. Ofta används avtalat initialt ordvärde (vid engångsavgifter) eller avtalade avgifter under 12 månader (vid abonnemangsgifter). Affärsvärdet används för säljprognoser och beräkning av säljersättningar eller provisioner samt för bokföring av intäkter.

Agent - en representant som har rätt att sälja varor åt annat företag. Det finns olika typer av affärsrepresentanter: handelsagenter, generalagenter, återförsäljare, distributörer och franchisetagare.

Aktiebolag - ett företag som bedrivs i bolagsform och vars ägarandel består av ett antal aktier. Ägarna har normalt inte något personligt ansvar för bolaget utan deras risk begränsas till den kapitalinsats de gjort i bolaget. I företagsnamnet skall ordet aktiebolag eller förkortningen AB förekomma. Aktiebolag kan vara privata eller publika. Publika bolag är oftast noterade på en officiell börs. För att ett bolag skall bli en juridisk person måste bolaget registreras hos Bolagsverket.

Algoritm - är en term inom matematiken och datavetenskapen som betyder en uppsättning instruktioner som efter exekvering löser ett problem. Algoritmer på internet styr i

stor utsträckning vilken information som presenteras för olika personer vid olika tidpunkter. Det kan till exempel handla om reklam eller inlägg från andra personer.

Amortering - återbetalning av en skuld eller lån.

Anbud (Offert) - ett erbjudande om att på vissa angivna villkor genomföra ett köp eller ingå ett avtal. Om anbudet accepteras så har ett bindande avtal ingåtts. Accept på ett anbud eller offert är det klassiska sättet att göra en affär. Se även offert.

Anbudskartell - en olaglig prissamverkan mellan företag vid anbudsgivning. En anbudskartell är exempelvis när företag inför en upphandling i hemlighet kommer överens om en gemensam prisnivå, att begränsa produktionen eller dela upp marknaden.

Anläggningstillgångar - tillgångar i ett företag som avses brukas eller innehas stadigvarande i rörelsen. Anläggningstillgångar förs upp i balansräkningen och delas upp i materiella, immateriella och finansiella tillgångar.

Auktion - en affärsmetod som kännetecknas av att en säljare möter många kunder samtidigt. Köp sker via budgivning under en begränsad tid, där den som bjuder högst vinner budgivningen och därmed köpet.

Ansvarsbegränsning - begränsning av en parts ansvar för skada till visst belopp.

Ansvarsförsäkring - täcker ansvar för tvister, person- eller saksador. Vanligt moment i företagsförsäkringar och styrelseförsäkringar. En så kallad konsultförsäkring är en särskild ansvarsförsäkring för de skador rådgivningstjänster kan orsaka.

Arbitrage - handel med valutor, i regel genom en bank.

Attest - skriftligt intygande eller godkännande. Vanligt förfarande inom företag för att godkänna till exempel fakturor.

Arrende - Upplåtelse av mark (Uord) mot en ersättning; arrendeavgift eller vederlag.

Avbetalningsköp - ett köp där betalning sker uppdelat isär - skilda poster över tid. Ett avbetalningsköp innehåller alltid ett återtagningsförbehåll så att säljaren får möjlighet att ta tillbaka varan om kunden ej betalar enligt avtal. Det är vanligt att säljaren överlåter sin fordran till tredje part (till exempel ett finansbolag).

Avlämnande - när en vara och ansvaret för varan överlämnas från säljaren till kunden.

Avropsavtal - ett ramavtal med överenskomna priser och villkor. Leverans sker genom avrop eller beställningar med hänvisning till avropsavtalet.

Avslut (Beslut) - detsamma som ett köpslut, affärsöverenskommelse eller uppgörelse. Avslut kan förklaras som att en affär är klar. Man har gjort ett avslut och är klar med affären med en annan part. Det kan vara alltifrån en försäljning av en produkt till försäljning av helt bolag.

Avtal - en överenskommelse mellan två företag eller personer där man reglerar villkor och pris för en affär. När det gäller affärer mellan företag används nästan enbart skriftliga avtal. Ett avtal kallas ibland för kontrakt. Ibland ingås ett avropsavtal eller ramavtal där priser och villkor regleras. Själva köpen görs sedan som ett avrop med hänvisning till ramavtalet.

Balansräkning (Balance Sheet) - är en del av ett företags räkenskaper. Balansräkningen visar företagets tillgångar, skulder och eget kapital. Vid affärer med bland annat anläggningstillgångar och fast egendom dyker kostnaden ej upp i resultaträkningen hos kunden utan i stället som en avskrivningsbar tillgång i balansräkningen. En duktig säljare kan nyttja detta för att skapa finansiellt fördelaktiga affärer för båda parter.

Basar - gammalt persiskt ord för handelsplats eller marknad. Basar eller marknad är en plats där många säljare och många kunder träffas samtidigt.

Barter - att idka byteshandel. Det innebär att två eller flera parter handlar med varandra genom byte av varor eller tjänster, utan inblandning av pengar. Barter är en modern form av byteshandel.

Becknare - äldre ord för säljare, ursprungligen från det romska ordet "bikinel" för att sälja.

Bedrägeri - genom vilseledande agerande skapa ekonomisk vinning på bekostnad av en vilseledd. Bedrägeri är olagligt och kan bli föremål för rättsliga åtgärder.

Befintligt skick - en säljares förbehåll att en vara säljs i det skick den är, "as is". I princip innebär detta en friskrivning från säljarens sida för eventuella fel och brister. Dock finns flera situationer då detta ej gäller, exempelvis om säljaren lämnat felaktiga uppgifter eller om varan befinner sig i väsentligt sämre skick än kunden haft fog att kunna förvänta sig.

Befogenhet - de särskilda instruktioner som ges med en fullmakt och som begränsar vad den som fått fullmakten får lov att göra. Detta till skillnad mot en behörighet som uttryckligen i fullmakten talar om vad en person med fullmakt kan göra.

Behov - grundläggande brister och saknad som tar sig uttryck som önskemål. Försäljning handlar till stor del om att fylla kundernas behov.

I sällsammanhang brukar man skilja på explicita behov och implicita behov. Man kan se explicita behov som direkta önskningar och implicita behov som begär och drömmar.

Behovsanalys - en grundläggande säljteknik som syftar till att få fram kundens egentliga behov så att säljaren kan tillfredsställa behovet med rätt produkt eller tjänst.

Behovsanalysen bygger på en viss frågeteknik, se under SPIN. Säljarens avsikt är att kartlägga behoven innan passande produkter presenteras.

Behovstrappan - en förklaringsmodell inom psykologin för hur människor prioriterar sina behov. Den primära iden innebär att behoven på en lägre nivå måste vara tillfredsställda innan högre mål blir viktiga för individen. Modellen presenterades 1943 av den amerikanske psykologen Abraham Maslow.

Behörighet - de uttryckliga instruktioner som ges med en fullmakt och som talar om vad den som fått fullmakten kan göra. Detta till skillnad mot en befogenhet som med fullmakten talar om vad en person med fullmakt får göra.

Exempelvis kan en fullmakt ge en säljare behörighet att sälja en vara, men fullmaktsgivaren har begränsat befogenheten för att försäljningen ska ske till ett visst lägsta pris (eller med viss högsta rabatt).

Benchmark - ett riktvärde att jämföra prestationer med.

Benchmarking eller prestandajämförelse är begrepp inom företagsekonomin med betydelsen att man utvärderar sin verksamhet i förhållande till dem som man uppfattar betar sig bäst inom respektive verksamhetsområde.

Besöksbokning - innebär att en säljare bokar ett säljmöte med en kund.

Betalning - överföring av avtalad ekonomisk ersättning. Kan avse pris, avgift, hyra, arrende, honorar, likvid, lön med mera. Ordet betala kommer från tyskans "bezahlen".

Betalningsmedel - medel som betalaren fullgör sin betalning med. Vanligtvis är betalningsmedlet någon form av pengar i specificerad valuta till exempel kontanter, digitala pengar, check eller växel.

Betalningsvillkor - ett avtalsvillkor som anger när och hur betalning skall ske.

I det fall betalning sker mot faktura kallas tidpunkten förfallodag. I konsumentsammanhang är det vanligaste

betalningsvillkoret kontant och då kallas fakturan istället för kontantnota eller kvitto.

Bevittna (Vidimera) - bestyrka att en kopia av ett dokument överensstämmer med originalet eller intyga att en namnteckning är äkta.

Bifirma - ett företag kan bedriva en del av sin verksamhet under särskild benämning eller namn. Används ofta för att starta upp en ny verksamhet. Bifirma kan registreras hos Bolagsverket.

Blurb - står för den typ av positiva citat som återfinns på böckers baksidor, i filmannonser och liknande. Uttrycket är inlånat från engelskan.

Bokföring - ett företags redovisning av sin ekonomiska verksamhet. Styrts av lagar och regler. En öppen, enhetlig och rättvisande bokföring är grunden för en fungerande marknadsekonomi och en skattefinansierad statsapparat. Alla näringsidkare är skyldiga att ha en fungerande bokföring.

Bolagsordning - en grundläggande handling där bolagets firma, säte, syfte, ägande och styrning anges. Bolagsordningen är publik och skall inlämnas till Bolagsverket.

Bona Fides - i god tro. Att handla efter bästa förstånd och samvete.

Borgen - ett åtagande att fullgöra annans förpliktelse i dennes ställe. Vanligt vid krediter och lån.

Borgenär - är en fordringsägare.

Brist - omfattning eller kvantiteten av en köpt produkt motsvarar ej vad säljaren utlovat eller vad kunden har anledning att förvänta sig. Detta till skillnad från ett fel.

Bruttopris - priset för en produkt före avdrag för rabatter. Detta till skillnad från ett nettopris som är priset efter avdrag för rabatter.

Bulvan - en person som i eget namn handlar för annans räkning utan att denne syns.

Butik - en affärsplats där en säljare har en fast plats eller lokal dit många kunder kan söka sig.

Den största delen av detaljhandel mellan företag och konsumenter har historiskt sett skett i fysiska butiker. Idag flyttar dock mycket av denna handel till internet som så kallad e-handel.

Byte - en ömsesidig överlåtelse av egendom mellan två parter (dock ej pengar). Omfattas av i stort sett samma lagar och regler som vid köp.

Byteshandel - innebär att två eller flera parter handlar med varandra genom byte av varor eller tjänster, utan inblandning av pengar.

Båtnad- ett gammalt svenskt ord för nytta eller värde. Används idag i stort sett endast inom fastighetsrätten. Men ordet har en viktig betydelse inom försäljning nämligen att fördelarna med en viss åtgärd skall överstiga kostnaderna och olägenheterna.

Canvas - betecknar uppsökande försäljning där kunderna inte kontaktats i förväg. Tidigare skedde detta ofta genom att säljare reste omkring och knackade dörr för att till exempel sälja dammsugare. Canvasförsäljning är idag vanligt på allmänna platser, till exempel i entren till varuhus eller ute på gator och torg. I allmänhet handlar det om försäljning av konsument- varor, exempelvis mobilabonnemang.

Churn - ett begrepp som används inom telekomindustrin och andra med abonnemangliknande intäkter. Churn betyder helt enkelt tappade och förlorade kunder uttryckt som procent av totala kundstocken per år. En hög churn är kostsam och en indikation på missnöjda kunder.

Cirkapris - ett slags rekommenderat pris från tillverkare till återförsäljare. Denna typ av prissättning är förbjuden enligt konkurrenslagen. Det är oftast förbjudet för en tillverkare eller leverantör av en produkt att bestämma vilka fasta eller lägsta priser en återförsäljare får ta ut av sina kunder.

Civilsamhälle - definieras enligt Sveriges riksdag som en arena, skild från staten, marknaden och det enskilda hushållet, där människor, grupper och organisationer agerar tillsammans för gemensamma intressen. Men sektorn består i praktiken av många aktörer med sina egna definitioner, det kan till exempel vara politiska och religiösa organisationer, stiftelser, kooperationer och ekonomiska föreningar.

Click-Wrap-Agreement - ett avtal som ingås när kunden accepterar säljarens villkor genom att klicka i en speciell ruta på en e-handelsplats.

Begreppet har bildats från "Shrink-Wrap-Agreement" som tidigare användes vid försäljning av programvaror på fysiska media i en kartong där kunden accepterade säljarens villkor genom att bryta förseglingen.

Coaching - inom försäljning avser det när en coach aktivt hjälper en säljare att nå sina mål och utvecklas genom regelbundna möten.

Coaching i allmän mening är en samtalsteknik som går ut på att hjälpa en person att mer effektivt använda sina förmågor för att nå vissa mål. Coaching är vanligt förekommande inom idrott men har på senare år kommit att användas inom många

andra sammanhang, exempelvis bland dem som sysslar med karriärvägledning och ledarskap. Coaching kan utövas på många olika sätt. Vanligt är att man sätter upp delmål, uppmuntrar och ställer frågor. Den som leder aktiviteten kallas coach.

Cold Calling - en prospekteringsmetod där säljaren ringer "kalla" samtal för att hitta presumtiva kunder (leads).

Copyright - en stark upphovsrätt för konstnärliga verk som musik, litteratur, konst och bilder men även för text och programvara.

Copyrightsymbolen © har ingen rättslig betydelse i Sverige men används ändå ibland för att upplysa om att ett verk är upphovsrättsskyddat. Upphovsrätten för verk kan ej registreras, utan uppstår i och med skapandet. En text eller bild är upphovsrättsligt skyddad så fort den är skapad. Detta till skillnad från immaterialrätten där sådant som mönster, patent och varumärken kan skyddas genom registrering.

Courtage - mäklararvode vid till exempel värdepappershandel. Används bland annat av banker och finansbolag. Se även provision och kommission.

CRM, Customer Relationship Management - omfattar styrning, organisering och administration av kunder och kundrelationer i ett företag. Detta omfattar arbetsprocesser med tillhörande affärssystem för IT-stöd, så kallade CRM-system. Exempelvis kan CRM omfatta marknadsföring, försäljning, kundregister och kundsupport.

Ett CRM-system är ett IT-stöd som ger kontroll över kundrelationer. För säljorganisationen fungerar CRM-systemet som ett säljstödsystem. Under senare år har även marknadsfunktionen fått stöd i CRM-system genom funktioner för Marketing Automation.

CXO - Chief Executive Officer - ett samlingsbegrepp för flera exekutiva befattningar.

CEO- Chief Executive Officer (vd, verkställande direktör). Ansvarig inför styrelsen för den löpande förvaltningen av bolaget.

CFO - Chief Financial Officer (ekonomichef). Ansvarar för företagets finanser

CTO - Chief Technology Officer (teknik- eller utvecklingschef). Chef för företagets forsknings-, teknik- och/eller utvecklingsavdelning.

COO - Chief Operating Officer (Operativ chef). Ansvarar för det operativa arbetet i företaget.

CIO - Chief Information Officer (IT-chef). Ansvarar för driften av företagets interna informationssystem.

Dataprogram - ett program eller instruktioner som skrivits i ett särskilt språk för att kunna exekveras på en datormaskin. Dataprogram är upphovsrättsligt skyddade verk. Normalt upplåts endast en begränsad nyttjanderätt till kunden eller användaren av ett dataprogram.

Debet - bokföringsterm. Debet är den aktiva sidan ("vänstra sidan") av bokföringen som visar hur pengar tillförs, betecknas oftast med plustecken. Detta till skillnad mot kredit, den passiva sidan ("högra sidan"), som visar var pengarna tas ifrån som betecknas med minustecken. Debetsidan i bokföring visar kostnader och tillgångar, kreditsidan visar intäkter och skulder.

Delegering - överförande av befogenhet och arbetsuppgifter från en överordnad till en underordnad.

Deposition - ett avtal om förvaring. Används ibland för att säkerställa betalningsförmåga (pengar) eller tillgång till viss funktionalitet (programvara).

Design - i juridisk mening ett verk med unikt utseende eller mönster på produkt eller förpackning. I allmän mening formgivning eller särskild utformning av en vara eller tjänst.

Detaljhandel - försäljning av konsumentvaror från näringsidkare eller företag till konsument huvudsakligen i butik och e-handel.

Digital försäljning (e-handel) - en affärsform där handel sker digitalt utan fysiskt möte mellan säljare och köpare. E-handel är idag största affärsformen där en säljare kan marknadsföra och sälja sina produkter till många kunder samtidigt.

Digitala plattformar - i dag använder de flesta företag någon form av digital plattform för att nå sina kunder. Dessa plattformar ägs i stor utsträckning av de stora teknikföretagen som Apple, Google, Amazon eller Facebook. Plattformarna fungerar som en form av återförsäljare.

Direktförsäljning- en affärsmetod mellan en aktiv säljare och en kund, oftast ett företag och en privatperson. Direktförsäljaren söker personligen upp kunden och själva säljtillfället sker ofta i kundens miljö. Direktförsäljning sker vanligtvis genom demonstration och beskrivning av en produkt. Klassiskt användes denna metod för konsumentvaror som dammsugare och uppslagsverk. Telefonförsäljning brukar också räknas till direktförsäljning.

Direktmarknadsföring (DM) - marknadsföring där säljaren söker direktkontakt med kunden via telefon, e-post, sms, nyhetsbrev eller direktreklam hem i brevlådan.

Distansavtal - en näringsidkare ingår avtal och säljer varor eller tjänster till en konsument på distans, till exempel över telefon. Omfattas av särskild lagstiftning, den så kallade distanslagen.

Distributionskanaler (Routes-to-Market)- förutom egen direktförsäljning till kunderna kan ett företag välja att använda andra kanaler till marknaden. Detta för att nå nya kundgrupper eller för att sänka sina försäljnings- och distributionskostnader.

Distributör - en fristående representant som i sin tur anlitar återförsäljare och agenter men inte själv säljer till slutkund. Se även grossist.

Dotterbolag - ett företag som ett annat företag har avgörande inflytande över till exempel genom att kontrollera mer än hälften av aktierna (rösterna). Ett dotterbolags redovisning skall förenas (konsolideras) med moderföretagets koncern- redovisning.

Dröjsmål - försening av betalning från kundens sida. Säljaren har då rätt att kräva dröjsmålsränta och vid väsentlig försening häva köpet.

Due Diligence - en köparens ingående granskning av ett företags räkenskaper, verksamhet, avtal och åtaganden till exempel inför ett företagsförvärv.

E-handel - elektronisk handel med varor och tjänster, oftast över internet.

E-handel kännetecknas av att hela affärstransaktionen slutförs elektroniskt utan fysisk kontakt mellan köpare och säljare. Genom e-handel kan en säljare nå många kunder relativt enkelt och billigt (utan dyra lokaler för en butik eller personalkostnader för uppsökande fysiska säljare). Å andra sidan kan en kund jämföra många leverantörer samtidigt och det gör att priset ofta blir en avgörande konkurrensfaktor. Man skiljer på direkt och indirekt e-handel. Direkt e-handel innebär att varor beställs, betalas och levereras via internet. Används ofta för immateriella tillgångar som musik, film, spel och dataprogram. Indirekt e-handel innebär att varor beställs och betalas över internet men levereras fysiskt.

Efterfrågan - marknadens köplust till en viss produkt.

Tillgång och efterfrågan är två grundläggande begrepp inom försäljning och marknadsföring. Begreppen behandlar förhållandet mellan priset på en vara och den kvantitet som köpare och säljare av varan är villiga att handla med på en marknad. På marknaden möts köparna (efterfrågan) och säljarna (utbudet) som genom sin interaktion påverkar hur mycket som produceras av en vara och till vilket pris denna vara säljs. Vid den kombination av pris och kvantitet som är lika för utbud och efterfrågan finns den så kallade marknadens jämvikten.

Efterköpssituation - en fas som inträffar efter att själva affären genomförts.

Efterköpssituationen omfattas av marknadsföringslagen vilket innebär att säljaren kan ha fortsatt ansvar för given information och åtgärder för exempelvis fel, reklamationer, garantier och service. Detta gäller både gentemot konsumenter och näringsidkare.

Egenföretagare- enskild näringsidkare som driver företag i egen regi utan anställda.

Egenföretagare driver ofta sin verksamhet som enskild firma eller handelsbolag och är därmed personligen ansvarig för företagets skulder, till skillnad mot aktiebolag, där bolagets ekonomi är separerad från individens. Egenföretagare kallas ibland för "F-skattare" då de har F-skattsedel och ansvarar för inbetalning av preliminärskatt och sociala avgifter. Det innebär att en kund eller uppdragsgivare till en egenföretagare med F-skatt slipper ansvaret för dessa inbetalningar.

EFN (Egenskap, Fördel, Nytt) - en säljretorik som används för att presentera en produkt. Utgående från produktens egenskaper förklaras fördelarna med produkten och vilken nytta detta skapar hos kunden.

Modellen kallas på svenska EFN (egenskap, fördel, nytta) eller EFI (egenskap, fördel, inverkan) och på engelska FFB (Feature-Function-Benefit). Tanken är att kunden inte primärt är intresserad av produktens specifikationer och egenskaper utan av på vilket sätt produkten skiljer sig från andra produkter och vilken nytta kunden får av produkten.

Ekonomisk förening (EF) - är en förening som har till syfte att bedriva viss ekonomisk verksamhet till gagn för medlemmarna. Medlemmarna deltar i den ekonomiska verksamheten som konsumenter, leverantörer, producenter eller med egen arbetsinsats. En ekonomisk förening är efter registrering hos bolagsverket en egen juridisk person.

Elefantjakt - en säljstrategi när vi väljer ut och bearbetar stora kunder eller affärsmöjligheter, "elefanter".

Skälen till att välja denna strategi är dels en önskan att göra stora affärer (som genererar stora intäkter), dels att stora välkända kunder ger kredibilitet och ökar attraktiviteten för andra kunder. Det genomsnittliga ordervärdet kan gå upp men antalet affärer går ofta ned med denna strategi.

Enskild firma - enkel företagsform för företag som drivs av en fysisk person. Denna person svarar själv för de avtal och förpliktelser som firman ingått.

Entreprenaduppdrag - uppdrag som följer av särskilt framförhandlat avtal och som avser produktion av ett eller flera

objekt som står i nära samband eller är beroende av varandra med avseende på utformning, teknik, funktion eller användning (källa IFRS). Används ofta inom bygg- och anläggningsbranschen.

Erbjudande - ett säljande företag kan beskriva sina produkter och tjänster tillsammans med pris och andra viktiga villkor i form av ett erbjudande. Ofta skraddarsys erbjudandet till vissa målgrupper eller behov och kan innehålla rabatter och särskilda tidsvillkor. Ett erbjudande är en form av en offert och ses juridiskt som en bindande viljeförklaring som kan läggas till grund för en accept och därmed ett avtal.

Event - ett försäljnings- eller marknadsföringsarrangemang.

Exekutiv försäljning - en tvångsmässig försäljning av utmätt tillgång. Exekutiv försäljning kan avse både fast och lös egendom. Oftast säljs egendomen genom offentlig auktion vilken då kallas exekutiv auktion.

Factoring- en affär där ett företag säljer eller belånar sina kundfordringar.

Genomförs normalt så att det säljande företaget fakturerar sin kund och sedan överlåter eller pantsätter fakturorna hos ett kreditföretag, ett så kallat factoringföretag. Detta görs för att förbättra likviditeten och snabba på kassaflödet men factoring har också en kostnad vilket försämrar marginalen hos det säljande företaget.

Fara - i affärer avser begreppet att stå för risken för att varan försvinner eller förstörs under tiden från överenskommelse till att varan överlämnas till kunden.

I allmän mening betyder fara en sannolikhet för att en skada skall bli en följd av en viss handling.

Fast egendom - är knuten till en viss plats till skillnad mot lös egendom som är flyttbar. Egendom indelas i fastigheter och anläggningar.

Fastighet - en fast egendom i form av en geografiskt bestämd del av jordytan vilken är en rättslig enhet med unik registreringsbeteckning. Till fastigheten räknas även fast egendom som byggnader. I allmän mening avses med fastighet ofta en byggnad.

Fastighetsmäklare - en säljande person som yrkesmässigt förmedlar affärer rörande fast egendom. Fastighetsmäklaren skall vara opartisk i sin relation mellan köpare och säljare, förutom när det gäller prisfrågan och överlåtelsevillkor.

Fel - gäller en vara som kvalitativt avviker från vad säljaren har utlovat och från vad kunden har rätt att förvänta sig. Det gäller bland annat mängd, sort, kvalite och användningsområde. Ett

fel är grund för reklamation och i vissa fall för hävning av en affär. Detta till skillnad mot en brist.

Finansiella tjänster - har direkt eller indirekt att göra med pengar, till exempel betalningar, krediter och lån, försäkringar, investeringar, valutor eller finansiell rådgivning.

Finansiell leasing- formellt en hyra men i praktiken en form av lån. För att en leasing skall räknas som finansiell leasing krävs bland annat att kunden har rätt köpa ut varan efter leasingperiodens slut. Finansiell leasing ger kunden vissa möjligheter som inte finns vid operationell leasing, till exempel att göra avskrivningar.

Finansiell rådgivning-vid försäljning av finansiella tjänster till konsumenter ställs särskilda krav på den finansiella rådgivning som ges till exempel från en bank. Detta regleras i lagen om finansiell rådgivning.

Firma - är det namn eller benämning under vilken en näringsidkare bedriver sin verksamhet. Firma är ett kännetecken som skyddas genom registrering eller inarbetning. En firma är en tillgång som kan överlätas eller säljas. I allmän mening betyder firma helt enkelt bolag.

Firmatecknare - den eller de personer som med bindande verkan kan ingå avtal och förbindelser för ett företag. Firmatecknare anges i ett företags bolagsordning och skall registreras hos Bolagsverket.

Förutom företagets firmatecknare och dennes fullmakts- tagare har vissa personer genom sin ställning i företaget (till exempel chefer, delägare och säljare) en så kallad ställnings- fullmakt och kan ingå avtal med kunder.

Force majeure - är en förutsedd omständighet av extraordinär karaktär som kan göra det omöjligt att fullgöra en prestation eller förpliktelse i ett avtal. Det handlar i regel om naturkatastrofer, krig, bränder eller liknande större oförutsedda händelser.

Kommentar: När författaren arbetade inom IT-branschen under 80- och 90-talet så använde flera amerikanska leverantörer en mycket bred definition av force majeure i sina avtal, bland annat så definierades "the acts of god or the public enemy" som force majeure. Det är ganska oklart vad detta innebär i praktiken. Men man skall nog inte tolka detta bokstavligt utan mer som ett uttryck för att vissa saker ligger utanför människors kontroll.

Fordran - är en materiell tillgång som innebär en rätt att erhålla en prestation, oftast pengar.

En fordran är både ett krav och ett tillgodohavande. Den som är skyldig kallas gäldenär och den som har fordran

kallas borgenär. En fordran är en tillgång som kan överlätas och säljas.

Franchising - en affärsmodell baserad på ett avtal mellan ett företag, en franchisegivare, och ett annat företag, en franchise- tagare, där franchisetagaren mot en avgift får sälja franchise- givarens produkter och använda dennes namn, varumärke och affärskoncept.

Ofta är villkoren kring försäljning, marknadsföring samt priser och villkor hårt styrda vilket ger franchisetagaren begränsade möjligheter att påverka sin verksamhet och lönsamhet. Fördelen är dock att franchisetagaren kan nyttja franchisegivarens etablerade varumärke och ofta omfattande marknadsföring. Kända exempel är McDonald's, Hemglass, Pressbyrån och Seven-Eleven vilka alla i stor utsträckning använder franchising i sina affärsverksamheter.

Freemium - en affärsmodell där man erbjuder basversionen av en produkt gratis men tar betalt för en premiumtjänst. Så fungerar till exempel musikstreamingtjänsten Spotify. Freemium innebär att en del av kundbasen betalar för en prenumeration och på så sätt subventionerar en gratis tjänst för övriga kunder. Ofta innehåller gratisversionen också reklam.

Friskrivning - i avtal används ofta friskrivningsklausuler för att begränsa en parts skadeståndsskyldighet till exempel för följdskador och indirekta skador.

Fullmakt - är ett intyg att en person, fullmaktstagaren, äger rätt att företräda fullmaktsgivaren och kan med bindande verkan ingå avtal och förpliktelser å fullmaktsgivarens vägnar.

Förutom företagets firmatecknare och dennes fullmakts- tagare har vissa personer automatisk genom sin ställning i företaget en så kallad ställningsfullmakt och kan ingå avtal med kunder (exempel på dessa är chefer, delägare och säljare). Prokurist är en person som har en speciell bolagsfullmakt att göra affärer men inte att till exempel avyttra fast egendom. Se även behörighet och befogenhet.

FUD, Fear, Uncertainty and Doubt (Rädsla, osäkerhet och tvivel) - är en välkänd desinformationsteknik som används inom propaganda och ibland inom försäljning. Genom att sprida negativ, dubiös eller falsk information om motståndare (och konkurrenter) så sprids en känsla av osäkerhet, tvivel eller tom rädsla.

Metoden anses oetisk och strider mot god affärssed. IBM kände dock väl till denna teknik och skapade en beryktad slogan under SO-talet som framhöll IBM som det säkra valet: "No-one ever got fired for choosing **IBM**". Samtidigt spreds visst tvivel och personlig rädsla för att välja konkurrenterna.

Funktionsgaranti - en garanti att en vara skall fungera felfritt med utlovad funktion under viss tid. Säljaren äger ansvar att upprätthålla garantin och åtgärda eventuella fel.

Fåmansföretag- ett företag, normalt aktiebolag eller ekonomisk förening, där fyra eller färre delägare äger mer än 50 procent av rösterna i företaget. Definitionen kommer från inkomstskattelagen och har stor betydelse för vilken skatt bolaget skall betala, (enligt de så kallade 3:12-reglerna).

Företag- en fysisk eller juridisk person som bedriver ekonomisk och kommersiell verksamhet. Ett företag kan ha olika juridiska former, organisation och finansiering. Ett företag definieras också i lagen genom att ett företag är bokföringsskyldigt och skall upprätta en årsredovisning.

Företag kan bedrivas i juridisk form som aktiebolag, handelsbolag, enskild firma, ekonomisk förening eller stiftelse.

Förfallodag - den dag då en skuld eller betalning skall ske enligt överenskommelse eller avtal. Den som ej betalar på utsatt förfallodag bryter mot avtalet och kan drabbas av straff som dröjningsränta eller avbrutna leveranser.

Förhandling- är en överläggning för att nå en överenskommelse mellan två parter.

En förhandling bygger i grunden på att bägge parter önskar nå en överenskommelse men har några punkter där man har olika åsikter.

Förpliktelse - en skyldighet att prestera, till exempel att betala för köpt vara. Förpliktelser är ena sidan av en överenskommelse eller avtal, den andra sidan är rättigheter.

Förpliktelser kan uppkomma på olika sätt, vanligast är genom ett avtal, exempelvis köpeavtal.

Försäljning - är beteckningen för hela det yrkesområde där säljare arbetar och gör affärer. Men försäljning är också en affärsprocess där säljaren (person, företag eller organisation) påverkar, samarbetar och avtalar med kunden i syfte att genomföra en affär.

En försäljning kan även avse själva affärsöverenskommelsen och det ekonomiska värdet av sålda produkter, det vill säga ett företags intäkter.

Försäljningsmetodik (eller Säljmetodik) - är en generisk taktisk beskrivning av hur försäljning bedrivs.

Metod är en beskrivning av ett sammanhängande handlingsmönster. Säljmetoder hjälper säljare att agera enligt ett förutbestämt och repeterbart mönster. Man kan se metoder som ett recept på en lyckad försäljning, givet vissa förutsättningar. Metodik är en uppsättning metoder inom visst område.

Säljmetodik används som samlingsnamn för flera välkända metoder inom försäljning.

Försäljningsprocess (eller Säljprocess) - är en dokumenterad operativ arbetsprocess med stegvis beskrivning av hur sälj- arbetet skall genomföras.

En affärsprocess är en uppsättning återkommande och sammanlänkade aktiviteter som utförs i ett företag i syfte att tillfredsställa ett kundbehov. Processen beskrivs ofta som en kedja av sammanlänkade aktiviteter och utgör beskrivningar för hur och i vilken ordning olika återkommande aktiviteter ska utföras. Säljprocessen börjar med att identifiera affärsmöjligheter som sedan skall kvalificeras, utvecklas och drivas fram till avslut (affär) och sedan över till leverans eller implementering. Under åren har det utvecklats ett antal säljprocesser som fungerar bra i olika situationer. Ofta är säljprocessen företagsunik och implementeras i ett CRM-system för att lättare kunna användas.

Försäljningsprofiler (eller Säljprofiler) - en beskrivning av de typiska beteenden som en framgångsrik säljare använder i olika situationer.

Det finns flera olika modeller för att beskriva olika sälj- profiler som kan vara lämpliga i olika situationer. En av de mest välkända är den så kallade jägare och odlare-modellen (Hunter & Farmer). Modellen utvecklades under 1950-talet inom försäkringsbranschen i USA där man var först med att skilja på olika säljroller, dels att ta hem nya affärer, dels arbetet att ta hand om efterarbetet och orderfullgörandet. Under åren har dessa modeller och profiler kompletterats och utvecklats. Organisationen CEB genomförde i början av 2000-talet en ny omfattande undersökning av säljares beteenden och köparens preferenser. Resultaten redovisades i boken *The Challenger Sale* som kom ut 2011.

Försäljningsretorik (eller Säljretorik) - läran om talekonsten, retorik, utvecklades under antiken på 400-talet f.Kr. Retorik handlar om att påverka och övertyga.

Inom försäljningsområdet har det under åren utvecklats ett antal retoriska mönster eller argumentationsmetoder för att på bästa sätt påverka och övertyga en kund. Retoriken är en del av kommunikationen som syftar till att påverka mottagaren för våra argument.

Försäljningsteknik (eller Säljteknik) - läran om hur försäljning bedrivs och innefattar planering, genomförande och uppföljning av försäljning.

Det handlar om hur försäljning genomförs rent praktiskt, det vill säga det operativa arbetet. Säljteknik innefattar bland

annat behovsanalys, frågeteknik, presentationsteknik, argumentationsteknik och offerthantering.

Förädlingsvärde - definieras som det värde i kronor som ett företag tillför genom sin egen verksamhet. Definieras som värdet av ett företags produktion minus värdet av insatsvarorna som har använts. I försäljningssammanhang beräknas förädlingsvärdet som försäljningsintäkter minus inköpskostnader.

Exempel: Ett företag säljer en mobiltelefon för 1 300 kronor, varav 300 kronor går till materialkostnaderna som det krävdes för att tillverka mobiltelefonen. Då har företaget kvar 1000 kronor, vilket är förädlingsvärdet. Förädlingsgrad i procent är en kvot mellan förädlingsvärdet och försäljningsintäkten. I exemplet ovan är förädlingsgraden $1\ 000 / 1\ 300 = 77\ %$.

Garanti - en utfästelse att en viss produkt skall fungera på avsett sätt en viss tid och att eventuella fel kommer att åtgärdas.

Gatekeeper (grindvakt) - en person hos en kund som avgör om och till vem en säljare får tillträde. Begreppet används ofta för de personer som en säljare behöver ta sig igenom för att nå en beslutsfattare.

God affärssed - ett begrepp som innefattar normer för acceptabelt handlande i näringslivet. God affärssed är därmed ett uttryck för vad parterna i ett affärsförhållande bör kunna förvänta sig, även om det inte uttryckligen framgår av lagar eller avtal. God affärssed definieras bland annat av Internationella Handelskammaren, ICC. Vad som anses utgöra god affärssed kan vara vägledande för hur civilrättsliga tvister döms. Se även begreppet usans.

God marknadssed - begrepp i marknadsföringslagen som säger att marknadsföring skall ske i enlighet med god affärssed eller andra vedertagna normer. Oftast hänvisas tolkningar till Internationella Handelskammaren, ICC, och deras regelverk.

God tro - en handling som utförs med normal aktsamhet och utan kännedom om att en felaktighet föreligger.

God yrkessed - utförande av en handling med den nivå av fackmässighet och aktsamhet som en näringsidkare förväntas visa mot en konsument, motsvarande hederlig marknadspraxis och allmänna principer om god tro i branschen.

Grossist - en handlare som säljer och levererar till detaljhandeln men ej till slutkonsument, se även distributör.

Gårdfarihandlare - var tidigare i Sverige kringresande försäljare. De mest kända var knallarna från Sjuhäradsbygden. Kringmitten av 1800-talet fanns det 5 000-7 000 gårdfarihandlare i Sverige.

Gåva - överlåtelse av tillgång med visst värde utan ersättning eller motprestation.

Gäldenär - den som har en skuld (till en borgenär).

Handel - en affärsverksamhet där varor och tjänster utbytes mot ekonomisk ersättning. Ofta synonymt med affär, ibland med försäljning.

Handelsagent - en representant som avtalat om att för annans räkning sälja produkter eller ingå avtal i dennes namn.

Handelsbolag - en bolagsform som är en juridisk person och som drivs solidariskt av två eller flera bolagsmän.

Handelsfullmakt - en fullmakt som en näringsidkare ger till en fullmaktstagare, vilken äger rätt att teckna avtal och ingå förpliktelser för huvudmannen.

Handelsföretag - ett företag som köper och säljer varor.

Handelsman - är en person som köper och säljer varor, inom landet eller genom att importera och exportera till andra länder. Handelsman är ett mycket gammalt yrke som fanns redan på antikens tid. Vikingarna (år 800-1050) var några av Nordens första handelsmän med sina långa skeppsfärder både österut och västerut.

Handelsplats - den plats eller arena där säljare och kund möts och där affären sker. Kan till exempel vara en fysisk butik, marknad eller mässa. Platsen kan också vara i hemmet eller på en arbetsplats vid företagsbesök. Idag har internet blivit en allt viktigare handelsplats.

Handelsresande - en uppsökande affärsmodell där en säljande representant besöker många kunder en efter en. Mycket gammal handelsform där kringresande handelsresande och knallar reste land och rike omkring för att besöka kunder i deras hem. Fördelen för säljare är att man når många kunder med personlig försäljning utan att behöva dyra lokaler. En utveckling av rollen som handelsresande är fältsäljare och personlig försäljning.

Handelsresandeproblem - klassiskt problem för kringresande handelsresande.

Problemet går ut på att hitta den kortaste vägen för en handelsresande som skall besöka flera orter. Det kan även gälla den snabbaste vägen eller den billigaste vägen. Frågeställningen är vanlig i GPS-system som hanterar ruttplaneringsproblem. Matematiken är svår och beräkningar kräver stor datakraft. Man får därför använda approximationer och överslagsberäkningar.

Handpenning - förskott på en överenskommen betalning för en affär, bekräftar att ett köp ingåtts.

Hembesök - försäljning som sker genom att besöka en konsument i dennes bostad eller arbetsplats.

Heuristik - en metod, procedur eller tumregel baserad på en kombination av empiriska observationer och otestade teorier som kan ge ofullständiga men för situationen tillräckliga och användbara svar på olika frågor eller kunskapsunderlag inför beslut. Människor använder ofta heuristiska ställnings- taganden (tumregler) för att fatta snabba dagliga beslut.

Hit Rate - eller Success Rate är ett mått som används främst inom försäljning och skall representera hur stor del av alla potentiella kunder som till slut gick hela vägen till affär. Det hela brukar beskrivas som en kvot: vunna affärer/ totala antalet säljförsök. Namnet "Hit Rate" kommer från sporten baseboll där det beskriver antalet träffar på bollen i förhållande till antalet gjorda slag. Detta är en metafor som översätts bra till säljvärl- den då träffar på bollen motsvarar en försäljning och slag mot boll motsvarar ett säljsamtal eller aktivitet.

Hisspresentation(Elevator Pitch)- den traditionella hisspitchen, eller Elevator Pitch som det heter på engelska, utgår från att en säljare under en hisses tid skall kunna fånga en potentiell kunds intresse. Man behöver inte redovisa hela sin affärsidé, men man skall bjuda på så pass mycket att personen i fråga vill höra mer. En sådan pitch tar oftast max 60 sekunder, så det gäller att man väljer sina ord noggrant.

Hyra - ersättning för tidsbegränsat nyttjande av annans egendom.

Hyresavtal - avtal om tidsbegränsat nyttjande av annans egendom.

Hökare - äldre benämning på detaljhandlare (i synnerhet i livsmedel), vilken förestod ett hökeri (hökarbod). Ordet kan eventuellt härledas från fornsvenskans huka, mångla, men är av omtvistat ursprung.

Hämtningsköp - kunden skall hämta produkten hos säljaren eller på annan överenskommen plats.

Hävande av köp - säljarens och kundens prestationsskyldigheter bortfaller. Hävande av köp kan ske vid fel på varan eller utebliven betalning. Vid hävning skall varan återlämnas och pengar återbetalas.

ICC - International Chamber OF Commerce. Internationella Handelskammaren är världens största näringslivsorganisa- tion. Ett av ICC:s främsta syften är att arbeta för och utveckla

självreglering genom uppförandekoder som sätter standarder och praktiska regler. Redan 1937 publicerades första upplagan av "ICC:s Marknadsföringsregler" och 1977 publicerade ICC som första internationella organisation en uppsättning anti- korruptionsregler. Internationella Handelskammarens kanske mest kända produkt, Incoterms®, är ett internationellt erkänt regelverk för leveransvillkor.

Ideell förening- är icke-kommersiell och vars syfte är att främja medlemmarnas ideella intressen.

Kan även bedriva ekonomisk verksamhet som gagnar medlemmarna. Kan efter registrering bli en juridisk person. Exem- pel: idrottsföreningar, fackföreningar och politiska föreningar.

Imaginära tillgångar - existerar inte i verkliga livet. Det kan handla om löften om lycka, helande, förlåtelse eller magiska krafter.

IMM - Institutet Mot Mutor är en näringslivsorganisation som har funnits sedan 1923. IMM försöker skapa tilltro i samhället genom att motverka korruption och underlätta för samhällets aktörer att göra rätt. Institutet arbetar med informations- och kunskapspridning om vad korruption är och hur det kan förebyggas. Dessutom arbetar IMM med självreglering för att motverka korruption, framförallt genom en "Kod mot korrup- tion i näringslivet"; den så kallade Näringslivskoden.

Immaterialrätt - är det rättsområde som genom lag och preju- dikat reglerar rätten till skydd för olika former av immateriell egendom. De flesta rättssystem erkänner skydd för till exempel patent, varumärken, mönster, upphovsrätten till litterära och konst- närliga verk, heraldiska vapen och namn. Upphovsmannen till ett bestämt verk av immateriell art ges i allmänhet under en bestämd tid skydd för kopiering eller annan avbildning.

Immateriala tillgångar - sådana tillgångar som ej är fysiska materiella saker. Det kan istället vara patent, licensrättigheter, goodwill och humankapital.

Inarbetning - innebär att en stor del av marknaden förknippar ett visst kännetecken (namn, varumärke med mera) med innehavaren.

Incitament - en anledning för någon att utföra en viss hand- ling. Lön i form av pengar är exempelvis ett incitament för att arbeta. I sällsammanhang betyder incitamentuppmuntran eller sporre, till exempel ett gratisprov till en kund.

Incoterms - International Commerce Terms, internationella leveransvillkor definierade av ICC.

Industrieföretag - ett företag som tillverkar produkter, antingen råvaror eller förädlade varor. Detta till skillnad från handelsföretag och serviceföretag.

Influerares (Influencer) - en känd person som nyttjar sin popularitet på sociala medier för att driva kommersiella budskap. En influencer är ett samlingsnamn för opinionsbildare och andra kända personer som uttalar sig i sociala medier för att påverka attityder och handlingar hos följare. Influerares får betalt för att visa eller omtala vissa produkter eller varumärken på ett personligt och positivt sätt och därigenom påverka konsumenterna. Många influerares börjar också skapa egna varumärken och sälja sina egna produkter via sina sociala kanaler.

Influencer Marketing - en marknadsföring som inte riktar reklambudskapet direkt till köparna och publiken, utan istället använder sig av inflytelserika personer.

Inkassoverksamhet - indrivning av fordringar, antingen egna eller andras, genom krav eller indrivning.

In natura - en ersättning sker med varor eller förnödenheter (till exempel vatten, mat eller logi), ej med pengar.

Innesäljare - arbetar från sin egen arbetsplats och träffar inte kunderna fysiskt. Oftast arbetar innesäljaren via telefon och elektroniska media (videomöten med mera). Innesäljaren kan dels arbeta utåtriktat med att följa upp leads och aktivt bearbeta kunder. Kallas då ofta för telefonförsäljare. Eller så arbetar denne med inkommande samtal och förfrågningar och kallas ofta för kund- eller ordermottagare.

Inköp - är en affärsprocess där ett köpande företag undersöker, väljer, kontaktar, samarbetar och avtalar med ett säljande företag i syfte att genomföra ett köp.

Inköpskontor - en affärsform där kunden tar initiativ och styr affärsprocessen med att välja leverantör och göra inköp.

Inre marknaden - EU:s område utan inre gränser med fri rörlighet av varor, personer, tjänster och kapital.

Insiktsförsäljning (Insight Selling) - handlar om att hjälpa kunden genom att ge denne insikter och nya perspektiv.

Insolvens (Obestånd) - när förfallna skulder är större än värdet på tillgångarna och gäldenären inte kan betala sina skulder. Är en anledning till konkurs.

Intrång - att tillägna sig någon annans immaterialrätt och nyttja den utan tillstånd.

Invändningar - en kund framför ofta tveksamheter eller oro inför en affär. Dessa kallas för invändningar. Många säljutbildningar

lär ut olika tekniker och metoder för att bemöta och hantera invändningar.

Intäkt - en periodiserad inkomst, det vill säga inkomst hänförd till perioden den avser.

Observera skillnaden mellan intäkt och betalning. En inbetalning uppstår när företaget erhåller någon form av likvida medel (pengar). En intäkt uppstår när företaget utför en prestation (varuleverans, utförande av en tjänst) och bokförs normalt knuten till faktureringen. Intäkten kan dock behöva periodiseras (fördelas över tid) om prestationen utförs över en längre tidsperiod.

Jaktlicens - ett vunnet anbud eller ramavtal som ger säljaren möjlighet att sälja och leverera till kunden men inga omedelbara affärer.

Joint Venture - ett avtalsreglerat samarbete mellan två och flera parter som driver en gemensam verksamhet. Joint venture används ofta när två företag går samman om investeringar i ett större projekt.

Juridisk person - verksamhetsform som är rättsobjekt och kan ingå bindande avtal och förpliktelser, till exempel stat och kommun, olika former av bolag och ekonomiska föreningar.

Kartell - överenskommelse mellan två och flera företag om samverkan i syfte att upphäva eller begränsa konkurrensen. Kan gälla anbud, priser med mera.

Kassaflöde - en redovisning över ett företags in- och utbetalningar under en viss tidsperiod. Kan sägas vara en motsvarighet till en resultaträkning vid nyttjande av kontantmetoden.

Klausul - en beskrivning av viss del av ett avtal eller lag; paragraf, bestämmelse, tillägg, förbehåll m.m.

Knalle - ursprungligen en beteckning på gårdfarihandlare (kringresande försäljare) från Sjuhäradsbygden i Västergötland. I nutidens språkbruk avses med knalle en försäljare, oavsett härkomst, som säljer sina varor på årligen återkommande marknader.

Kognition - är en psykologisk term för de mentala processer, normalt viljestyrda, som handlar om kunskap, tänkande och information. Kognition handlar om hjärnans förmåga att ta emot, lagra, bearbeta och plocka fram information. Det är med hjälp av kognitiva förmågor som vi planerar och organiserar vårt arbete på kort och lång sikt, utvärderar resultat, löser problem och fattar beslut.

Kommanditbolag - en form av handelsbolag där bolagsmännen endast är ansvariga för sin respektive insats i bolaget.

Kommersiell verksamhet - syftar på en affärsverksamhet som bedrivs av ett företag under yrkesmässiga former i vinstsyfte. Detta till skillnad från till exempel myndighetsutövning eller ideellt arbete.

Kommission - antingen att för annans räkning i eget namn sälja eller köpa varor, värdepapper eller annan lös egendom eller i allmän mening en ersättning för genomförd eller förmedlad affär. Se även courtage och provision.

Kommissionär - den person eller företag som för annans räkning i eget namn säljer eller köper varor, värdepapper eller annan lös egendom.

Kompetens - är ett samlingsbegrepp för en individs förmåga att utföra en uppgift genom att tillämpa kunskaper och färdigheter. Med kompetens förstås en adekvat förmåga till handling i ett specifikt sammanhang.

Komplementär - är en bolagsman i ett kommanditbolag som ej är kommanditdelägare. Komplementären har till skillnad mot delägarna ett obegränsat ansvar för bolagets förbindelser.

Koncern - ett moderbolag och ett antal dotterbolag som kontrolleras av moderbolaget.

Koncession - särskilt statligt tillstånd för viss verksamhet, till exempel torv- och mineralbrytning.

Konkurrensbegränsning - är samarbeten mellan företag som syftar till att hindra, begränsa, eller snedvrida konkurrensen på marknaden vilket är förbjudet enligt konkurrenslagen.

Konkurs - ett företag som är på obestånd och inte kan betala sina skulder kan förklaras i konkurs av domstol på egen eller fordringshavares begäran. Under konkursen tas företagets tillgångar över av en konkursförvaltare som försöker betala av företagets skulder.

Konsument - en fysisk privatperson som handlar för ändamål som inte är näringsverksamhet, normalt för eget ändamål.

Konsumentköp - görs av konsument som köper produkter av näringsidkare för enskilt bruk. Konsumentköp regleras av konsumentköplagen.

Konsumentombudsmannen (KO) - är en statlig ämbetsman som också är generaldirektör för Konsumentverket. KO bevakar marknaden och skall försvara konsumenters intresse.

Kostnader - ett företags kostnader består bland annat av försäljnings-, produktions- och leveranskostnader. Kommersiella företag eftersträvar att göra affärer med vinst, det vill säga att intäkterna överstiger kostnaderna. Ibland kan man dock tillfälligt genomföra affärer med låg eller tom negativ vinst (förlust).

Det kan handla om att öka marknadsandelar, få tillväxt eller att försöka slå ut en konkurrent.

Kredit - den passiva sidan ("högra sidan") i bokföring som visar var pengarna tas ifrån och som betecknas med minustecken. Detta till skillnad från den aktiva sidan ("vänstra sidan") av som visar hur pengar tillförs och betecknas med plustecken. Debetsidan i bokföring visar kostnader och tillgångar, kredit- sidan visar intäkter och skulder.

Kreditköp - köp av en produkt där säljaren lämnar anstånd med betalningen för delar eller hela köpet.

Krejsare - ett slangord för (ofta båtburna) försäljare som säljer krimskrams i hamnarna till besökande fartyg. Ibland genom byteshandel. Även kallad tjingsare.

Krängare - äldre beteckning på en försäljare. Används idag nedsättande om en säljare som inte lyssnar på kunden utan pratar på för sin vara och pushar för avslut.

Kund - är den (person, företag eller organisation) som köper (eller hyr) en produkt från ett annat företag eller en person. Företagskunder företräds ofta av inköpare vilka äger rätt att företräda det köpande företaget inom vissa valda ramar och förutsättningar för att göra affärer.

Kunder eller köpare kallas även för konsumenter (privatpersoner som handlar för egen räkning), gäster (inom hotell- och restaurangbranschen), besökare (inom museer och parker), klienter (inom konsult- och tjänstebranschen), beställare (vid avrop från ramavtal) samt spekulanter (inom fastighetsbranschen). Inom offentlig tjänsteverksamhet (till exempel åldringsvård) används ibland uttrycket brukare. Brukare betyder att någon annan än kunden, i detta fall det allmänna, betalar för tjänsten.

Kundlöfte - är ett åtagande som en affärsman eller -kvinna ger till kunden. Kundlöftet är sällan juridiskt bindande men alltid moraliskt bindande. Kunden förväntar sig att det säljande företaget lever upp till sitt löfte. Brister att leva upp till ett kundlöfte kan leda till missnöjda kunder och tappade intäkter.

Kundmöte (säljmöte) - är ett möte mellan en säljare och en kund i avsikt att diskutera möjliga eller aktuella affärer.

Kundservice/Bemötande - är den service eller bemötande som kunden får vid varje kontakt och tillfälle med leverantören; före, under och efter ett köp. Alla kontakter påverkar kundens upplevelse eller nöjdhet och därmed kundens köpvillighet.

Kundroller - inom säljmetodiker förekommer kategorisering av olika typiska roller hos kunden som säljaren skall identifiera och hantera.

Vanligt förekommande kundroller som används i säljprocesser är: Sponsor, Power, User, Gatekeeper.

Kundsegmentering- en indelning av kunder i olika grupper för vidare bearbetning.

För att kunna prioritera och planera sin prospektering av olika kunder i syfte att hitta prospekter och affärsmöjligheter så bör man segmentera de presumtiva kunderna. Segmentering börjar med en målgruppsanalys där man definierar vilka slags kunder som man önskar rikta sin marknadsföring och försäljningsansträngningar mot.

Kundvård - att tillhandahålla för kunden värdefull service och omtanke speciellt efter ett köp.

Det gäller att vårda kunden på så sätt att relationen blir långsiktig och lönsam för bägge parter. Genom ett strukturerat kundvårdsprogram med regelbundna kontakter och möten kan man säkerställa kundnöjdhet och merförsäljning.

Kursare - äldre benämning på försäljare som gör affärer i smått, att "kommersa".

Kvalificerad affärsmöjlighet - en affärsmöjlighet som av det säljande företaget genomgått en specifik bedömning som "möjlig affär".

Ofta baserar kvalificering på kriterier som: uttryckligt behov av företagets produkter och tjänster, en lösning som möter kundens behov, en budget eller investeringsvilja som rymmer tänkt lösning, en känd tidsplan, en person hos kunden som driver affären.

Kvittens (kvitto) - skriftligt betalningsbevis.

Köp - är en ekonomisk och juridisk term och avser förvärv av produkter (varor, tjänster eller tillgångar) mot betalning. Köp regleras i en mängd olika lagar beroende på parter (till exempel personer, företag, konsument, myndighet) och typ av affär (till exempel fast egendom, finansiella tjänster). Ordet kommer från tyskans kaufen.

Köpman - en person som yrkesmässigt bedriver handel i större skala utan att personligen transportera varorna. Ibland synonymt med handelsman. Ordet kommer från tyskans Kaufmann.

Köpmognad - är ett begrepp som beskriver hur långt kunden har kommit i sin köpprocess från initialt köpintresse till köpbeslut. Här spelar kundens behov och kännedom om produkten stor roll. Är kunden tidigt ute och sonderar olika möjligheter eller har kunden redan bestämt sig för att köpa en viss produkt? Köpmognad är en av de viktigaste faktorerna i modellen META för situationsanpassad försäljning.

Latent behov- har ännu inte kommit till uttryck eller är kunden inte medveten om.

Lead- ett tips om en intresserad kontaktperson hos en potentiell kund eller ett intresserat företag i sig. Ibland synonymt med affärsmöjlighet.

Begreppet används ofta inom marknadsföring där man genom olika marknadsföringsprogram försöker hitta och skapa leads som kan överlämnas till försäljningsansvariga. När ett lead är registrerat börjar ofta själva säljprocessen. Ibland får säljansvariga själva hitta lead genom olika aktiviteter.

Leasing- en form av hyra; nyttjande av annans egendom under viss tid mot en viss ersättning.

Leg - gammalt svenskt ord för avtal om nyttjanderätt av egendom eller hyra av arbetskraft. Används bland annat inom sjöfart när det gäller hyra av ett fartyg, så kallad skeppslega, eller inom industrin, legoarbeten.

Leveransvillkor - en viktig del av offert och köpeavtal och ger information om bland annat följande:

- Vem betalar frakt och övriga kostnader i samband med transporten?
- Vem står risken vid en eventuell godsskada eller förlust?
- Vem betalar tull, skatter och avgifter?

Internationella Handelskammaren, ICC, har under årens lopp samlat de vanligaste leveransvillkoren med tolkningar i regelsamlingen Incoterms.

Leverantör - ett säljande företag som levererar produkter och tjänster till vissa kunder.

Likvidation - när en juridisk person upplöses och tillgångarna skall omvandlas till pengar samt skulderna betalas.

Livscykel (Product Life Cycle, PLC) - en beskrivning över en produkts typiska livslängd.

Produkter går normalt genom olika faser i sin livscykel från marknadsintroduktion över tillväxtfas och mognadsfas till nedgång och till slut nedläggning.

Lån - en rätt att nyttja en tillgång utan ersättning.

Lönsamhet - relationen mellan vinst och insats, till exempel vinst i förhållande till omsättning eller vinst i förhållande till insatt kapital. Lönsamhet mäta ofta för ett affärsområde eller helt företag.

Lös egendom - är all egendom som inte är fast egendom, till exempel lösöre, pengar, värdepapper, fordringar med mera.

Lösning - är ett svar på ett problem.

En kommersiell lösning är ett erbjudande som ett säljande företag sätter ihop av en eller flera produkter och tjänster till en specifik lösning på ett visst explicit kundproblem.

Lösöre - lös egendom som inte är pengar eller värdepapper, till exempel möbler och inredning.

Marginal (eller Täckningsbidrag) - ett ekonomiskt begrepp som används vid kalkylering och försäljning.

Täckningsbidrag (TB) är ett beräknat värde i kronor som visar hur mycket en viss produkt bidrar med till att betala kostnader som är gemensamma. Ofta används termen även för täckningsbidrag per producerad eller såld enhet. I försäljningsomkostnadsdefinieras täckningsbidrag som skillnaden mellan försäljningsintäkt och rörlig kostnad. Täckningsgrad (TG) är ett procentuellt mått som används för att se hur stor andel av intäkterna som ger täckningsbidrag. Täckningsbidrag och täckningsgrad kallas även för marginal

TB1 är täckningsbidrag på nivå 1 när direkta försäljningsomkostnader och rörliga kostnader dragits ifrån försäljningsintäkten. TB1 kallas även för bruttomarginal. TB2 är täckningsbidrag på nivå 2 när även vissa fasta kostnader dragits ifrån. TB2 kallas även för nettomarginal.

Marketing Automation (MA) - ett begrepp som innebär automatiserad och riktad marknadsföring baserad på kundens beteende.

Genom IT-system som kan lagra och hantera data från användares aktiviteter på Internet kan marknadsföring genomföras som baseras på det beteende som identifierats. Med beteende i detta sammanhang menas i regel intresset för en tjänst eller produkt, där den automatiserade marknadsföringen har till uppgift att bearbeta kunden för att åstadkomma ett köp. Genom Marketing Automation som använder data från användares beteende önskar man uppnå konvertering, till exempel att få ett besök på en hemsida leda fram till ett köp.

Marknadsdomstolen - tidigare specialdomstol för marknads- och konkurrensrätt. Nu ersatt av Patent- och marknadsdomstolen.

Marknadsföring - de aktiviteter en person eller ett säljande företag gör för att skapa intresse för ett företag, varumärke eller en produkt.

Marknadsföring kan definieras som en process där företag kommunicerar erbjudanden, fångar kunders intresse och bygger kundrelationer för att skapa förutsättningar för försäljning och intäkter. Inom marknadsföring finns många modeller för att beskriva hur kundernas beteende kan påverkas från initial kontakt till genomfört köp.

Marknadsföringslagen (MFL) - den centrala svenska lagen för marknadsföring både mellan företag och mellan företag och konsumenter.

I marknadsföringslagen föreskrivs att marknadsföring skall stämma överens med god marknadsföringssed vilket syftar till god affärs sed och andra normer som beskrivs som acceptabelt inom marknadsföring.

Marknadskommunikation - kommersiella aktiviteter av ett säljande företag i syfte att påverka marknaden och kunder att köpa dess produkter.

Marknadsrätt - lagar och regler om hur näringsverksamheter får bedrivas och agera på marknaden.

Marknadsundersökningar - används av företag för att ta reda på vad deras konsumenter eller potentiella konsumenter tycker om deras produkt eller tjänst.

Materiella tillgångar - fysiska tillgångar som kan bokföras i ett företags balansräkning.

Megadeals - stora komplexa affärer i 100-1 000-miljonerklassen mellan företag B2B.

Megadeals kännetecknas av att många personer är inblandade både hos säljaren och kunden. Affärerna är komplexa i flera dimensioner: produkt, beslutprocess, finansiering och att de kräver förändringar.

Merchandise (kringprodukter)- betecknar produkter som nyttjar säregna drag från ett varumärke eller en person i kommersiellt syfte. Sådana produkter är oftast fysiska exempelvis leksaker, kläder, planscher och plastfigurer men de förekommer även digitalt. Merchandising, även kallat varumärkeslicensiering, är affärsmodellen där nyttjandet av ett upphovsrättsligt skyddat verk, varumärke eller en fiktiv person används som underlag för att framställa och sälja andra produkter och tjänster.

Merförsäljning- betyder att man säljer mer till en befintlig kund till skillnad från nyförsäljning till en ny kund.

Merge - innebär att två bolag sammangår, många gånger sker det genom att det ena bolaget köper upp det andra.

Meta - är en modell för situationsanpassad försäljning. Används för att välja säljmetod. Bygger på faktorerna affärskomplexitet och kundens köpmognad.

Modell - är ett försök att systematiskt beskriva ett förhållande från verkligheten. Modeller visar ofta sambandet mellan underliggande faktorer. Modellerna är förenklingar - bilder - som man skapar för att förklara samband.

Moderbolag - ett aktiebolag som har ett avgörande ägande och inflytande över ett annat bolag (dotterbolag).

Myndighet- statlig eller kommunal organisation som tillkommit enligt en författning och fullgör offentliga förvaltningsupp- gifter.

Myndighetsutövning- beslut eller andra åtgärder av en myndig- het och är ytterst ett uttryck för samhällets maktbefogenheter i förhållande till medborgarna.

Månglare -ålderdomligt ord som används lite nedsättande om en försäljare som tillfälligt driver handel i liten skala på ett ore- gelmässigt sätt, utan butik eller dylikt. "Jesus driver månglarna ur templet" är ett välkänt stycke i Nya Testamentet i Bibeln som blivit en allmän bild för att visa när vinstintressen finns där de inte bör finnas.

Mäklare - ett företag eller person som handlar med eller för- medlar produkter eller tjänster; ofta egendom som fastigheter, fartyg, företag, aktier eller värdepapper.

Mäklaren är en sorts säljande mellanhand som förmedlar affärer mot en ersättning (provision). Mäklaren sägs ofta vara oberoende gentemot både säljare och köpare men eftersom ersättningen oftast kommer från säljaren finns ett visst mått av beroende. Affärsmodellen används när en säljare vill få kontakt med flera kunder och saknar eller väljer bort eget säljarbete.

Mässa - en plats där många säljare och många kunder träffas samtidigt.

En mässa eller marknadsplats är en mycket gammal affär- styp som skapades för att förenkla handel. Fördelen är ett stort utbud av varor och tjänster som leder till konkurrens genom jämförbarhet men också fördel för säljare som får tillgång till många kunder samtidigt. Priser och villkor sätts genom en balans mellan utbud och efterfrågan. Ursprungligen en fysisk plats avsedd för handel mellan affärsidkare (företag) och privat personer. Idag finns även marknadsplatser för affärer mellan företag på internet.

Mönsterrätt - rättigheten till ett visst mönster (till exempel förpackningar). Mönsterrätten uppstår vid registrering av ett mönster, ej vid dess skapande.

Nasare - en äldre nedsättande benämning för gårdfarihandlare (kringresande försäljare) som idkade försäljning av smärre handelsvaror, används även allmänt nedsättande för dörrför- säljare.

Nudging (Puffning) - är ett begrepp inom beteendekonomi som används för att beskriva verktyg och metoder vars syfte

är att underlätta för individer att fatta beslut i önskad riktning utan att begränsa deras handlingsfrihet.

Nyför säljning - handlar om att hitta och vinna affärer från nya kunder. Detta till skillnad från att sälja till befintliga kunder.

Nytta - en kund köper en produkt eller tjänst primärt för att lösa ett visst behov. Nyttan uppstår detta behov tillgodoses hos kunden.

Nyttan är särskild från produkten egenskaper och funktio- ner. Nyttan är subjektiv och upplevd samt beror på person, företag och situation.

Nyttjanderätt - rätt att nyttja annans egendom till exempel genom hyra.

Näringsfrihet - en grundläggande rättighet för envar i Sverige att fritt få bedriva näringsverksamhet, det vill säga fri etablerings- och utövanderätt för yrken, företag och handel.

Näringsfriheten garanteras idag av den svenska grundla- gen, regeringsformen, 2 kap. 17 §: "Begränsningar i rätten att driva näring eller utöva yrke får införas endast för att skydda angelägna allmänna intressen och aldrig i syfte enbart att ekonomiskt gynna vissa personer eller företag."

Näringsidkare - en fysisk eller juridisk person som handlar i samband med den egna näringsverksamheten.

Näringsverksamhet - verksamhet som drivs av näringsidkare med vinstsyfte.

Nöjd kund-index (NKI)- ett nyckeltal i form av ett index, det vill säga hur nöjda kunderna är med det företag de handlar med. NKI- undersökningar genomförs idag i de flesta branscher.

Obestånd se Insolvens

Ocker- att ingå ett affärsavtal och utnyttja någons trångmål eller beroendeställning för egen vinning.

OEM- en akronym för Original Equipment Manufacturer. OEM är ett företag som tillverkar komponenter som ingår i annat före- tags produkt som denne säljer på marknaden till slutkunder.

Offert/Affärsförslag - ett oftast skriftligt affärserbjudande från ett säljande företag till en annan med syftet att ange priser och villkor för en affär. En offert kallas ibland för anbud (spe- ciellt inom den offentliga sektorn). En offert ses juridiskt som en bindande viljeförklaring som kan läggas till grund för en accept och därmed ett avtal. Affärsförslag är ett annat namn på offert. En budgetoffert är en ungefärlig prisuppgift som ibland lämnas i ett tidigt skede så att en kund kan budgetera eller planera rätt ekonomiska nivå för ett tänkt inköp. Observera

dock att en budgetoffert ej är ett bindande förslag och att priset ofta ändras avsevärt till slutgiltigt pris.

Omsättning - handlar om hela det kapital som kommit in till ett företag under en viss tidsperiod. Normalt är omsättningen detsamma som intäkterna men det förekommer undantag, speciellt för nystartade företag med stort investerat kapital.

Omsättningstillgångar - tillgångar i ett företag som inte är anläggningstillgångar och inte är avsedda att stadigvarande brukas. Normalt används ettårsregeln, tillgångarna avses nyttjas inom ett år från anskaffningen.

One-Stop-Shopping - affärsmodell där många produkter eller tjänster erbjuds på ett ställe.

Operationell leasing - är en form av leasing som motsvarar en hyra av en vara och inte är en finansiell leasing.

Operativ nivå-är det dagliga utförandet av själva verksamheten. De färdigheter som säljaren använder i sitt arbete kallar vi för säljtekniker.

Opt In/Opt Out - opt in är en marknadsregel som kräver ett aktivt positivt ställningstagande, det vill säga ett ja. Opt out är en marknadsregel som kräver ett aktivt negativt ställnings- tagande, det vill säga ett nej.

Oren accept - är en accept som bara delvis accepterar lämnat anbud eller offert. En oren accept är ej juridiskt bindande för säljaren.

Order - en formell, oftast skriftlig, beställning av varor eller tjänster från ett köpande företag (eller person). En order refererar oftast till en offert eller ramavtal från säljaren och därmed uppstår ett bindande avtal om köp.

Orderbekräftelse - en formell, oftast skriftlig, bekräftelse och accept av en order (ofta muntlig). Orderbekräftelsen lämnas från säljaren till kunden. Därmed uppstår ett bindande avtal. Det är dock viktigt att orderbekräftelsen innehåller eller refererar till de priser och villkor som gäller för affären.

Ordervärde eller **Affärsvärde** - det uppskattade ekonomiska värdet av en affär.

Ofta används avtalat initialt ordervärde (vid engångsavgifter) eller avtalade avgifter under 12 månader (vid abonnemangavgifter). Affärsvärdet används för säljprognoser och beräkning av säljersättningar eller provisioner samt för bokföring av intäkter.

Outsourcing- en leverantör av vissa tjänster tar över ansvaret för en eller flera av kundens funktioner, till exempel ett IT-system.

Pant - egendom som är säkerhet för betalning av ett lån.

Part - en fysisk eller juridisk person som ingår ett avtal eller en affär.

Partihandel - varuförsäljning från grossist till andra företag.

Pengar - betalningsmedel till exempel kontanta medel som sedlar och mynt men även checkar och digitala pengar (till exempel behållning på ett konto). Pengar är en gemensam ide och innebär att något blir ett allmänt accepterat betalnings- medel. I dagligt tal kan pengar definieras som värdebevarare eller värdemätare.

Penetration - betyder genomslag och används ofta när en ny produkt skall introduceras på marknaden.

Personlig försäljning - en försäljning som bygger på att en person gör en affär med en annan person.

Personlig försäljning är en process där en säljare och en kund har direktkontakt och för en dialog om kundens behov och där säljaren försöker fylla kundens behov genom att erbjuda kunden att köpa en produkt. Med personlig försäljning avses ibland det ageranden och de säljtekniker som en säljare använder vid personliga möten. Den välkända säljboken *SPIN Selling* (Rackham 1988) heter *Personligförsäljning* på svenska och handlar om säljtekniker vid möte med kund.

Personuppgifter - all slags information som direkt eller indirekt kan knytas till en fysisk person. Hantering av personuppgifter regleras av EU:s GDPR-direktiv och är omgärdad av många regler och bestämmelser i syfte att skydda den personliga integriteten.

Pipeline (eller säljtratt) - att följa affärsmöjligheter genom säljprocessen genom att redovisa affärsmöjligheter med olika sannolikheter i olika faser.

Praxis - vedertaget bruk, sedvänja eller kutym.

Pris - en fastställd eller begärd ekonomisk ersättning för viss produkt.

Pris är den summa som kunden betalar för en produkt vid köptillfället. Det kan betraktas som den ekonomiska ersättning som kunden ger för att få tillgång till de fördelar och värde som produkten för med sig.

Provision - ersättning för genomförd eller förmedlad affär, till exempel mäklararvode. Se även courtage och kommission.

Postorder (eller distanshandel) - är handel med fysiska varor som säljs via postorderkatalog, svarstalong, internet, telefon eller tv och som levereras direkt hem i postlådan eller till paketutlämnare. Denna typ av affär bygger på att en säljare enkelt når många kunder med många produkter samtidigt. Tidigare gjordes de

flesta distansinköpen via postorder och telefon. Dessa kanaler är fortfarande viktiga, men idag sker allt mer av distanshan- deln över internet.

Postväxel - en betalningsanvisning utställd av en bank. Postväxel används ofta för köp där det vore opraktiskt att ta med sig betalningen i kontanter och säljaren inte accepterar kontokort.

Presentationsteknik - ett tillvägagångsätt som används när man skall presentera något på ett effektivt och övertygande sätt. En viktig del av försäljning är att presentera sitt företag, lösning och offert till en kund. En kort företagspresentation kan göras som en så kallad hisspitch.

Problemlösning - en metod att systematiskt lösa problem. Används ofta inom försäljning då säljaren försöker förstå kundens problem och utmaningar för att kunna föreslå lämp- liga lösningar till dessa. En vanlig problemlösningsmetod är:

- Definiera vad som egentligen är problemet.
- Ta reda på vad som är orsaken till problemet.
- Enas om vad som kan göras åt saken.

Produkt - det som säljaren överläter till kunden i en affär. I denna bok definieras produkt som det säljaren överläter till kunden, oavsett om det är en vara, tjänst, materiell eller immateriell tillgång.

Produktsäkerhet - produkter (varor och tjänster) som erbjuds till konsumenter skall inte kunna orsaka skada på person. Regleras i produktsäkerhetslagen.

Prokura - handelsfullmakt som ger innehavaren, prokuristen, rätt att teckna huvudmannens firma.

Pro rata - i beräknad proportionerlig del, kan till exempel gälla betalningar eller betalningsansvar.

Prospekt - en potentiell kund som uttryckt intresse för en affär med det säljande företaget.

Prospektering - säljarbete med syfte att hitta företag och kontaktpersoner som är potentiella kunder.

Prospektteori - en teori inom kognitiv psykologi som beskriver hur människor väljer mellan olika probabilistiska alternativ som är riskfyllda, när sannolikheterna för olika utfall är okända.

Påverkan - utsätta någon för påverkan i syfte att åstadkomma en förändring.

Inom grundläggande säljteknik så övertygar man genom god argumentation, hantera invändningar samt genom att påvisa nytta och värde. Modern psykologisk forskning har

dock lyft fram ett antal grundläggande psykologiska mekanismer som påverkar människor och våra preferenser och val.

RAK/RIK - en förkortning som står för resultat, aktivitet (insats) och kompetens. Ett RAK/RIK-samtal är avstämningssamtal med fokus på hur ett resultat kan uppnås med rätt insats och kompetens. Vanligt inom säljorganisationer för feedback och utveckling av säljaren.

Ramavtal - övergripande avtal som reglerar priser och villkor. Köp kan ske genom hänvisning till ramavtalet vilket under- lättar affärerna.

Referenshistoria - en historia om något bra vi gjort för en kund som vi kan återberätta för en annan kund.

Syftet är att väcka intresse och skapa nyfikenhet för våra möjligheter vilket leder till en fortsatt affärsdialog.

Referenser - hänvisning till andra personer och företag som tidigare valt viss produkt eller leverantör.

Referenser används av säljaren för att skapa förtroende. Ska- par också socialt bevis, ju fler som valt desto lättare är det att följa efter. Det tar bort kundens oro och rädsla för att välja fel.

Reklam - all kommersiell kommunikation som ett företag gör för att sälja sina produkter.

Reklamation (eller klagomål) - att reklamera innebär att en kund kontaktar säljaren och berättar att man inte är nöjd med en köpt produkt. I Sverige finns reklamationsrätt för konsumenter i upp till tre år, och inom EU i två år.

Reklamombudsmannen (RO) - en stiftelse som verkar för själv- reglering av marknadskommunikation. Allmänheten, företag, organisationer och myndigheter kan vända sig till RO för att pröva om viss reklam strider mot god marknadsföringssed.

Relationsmarknadsföring - när kundrelation är den viktigaste faktorn bakom företaget externa aktiviteter kallar man det för relationsmarknadsföring.

Ett säljande företag försöker genom sin kommunikation, marknadsföring och kundbemötande bygga upp en känne- dom och en relation till sina kunder.

Relationstege - en modell över relation mellan köpare och säljare där säljare kan klättra upp för stegen till alltmer närmare former av relation.

Resultat - en ekonomisk term, ett samlingsbegrepp för ekonomisk vinst och förlust.

Resultat definieras som intäkter minus kostnader: $R = I - K$. Om kostnader och intäkter är lika stora, uppstår ett nollresul- tat. En kommersiell näringsverksamhet syftar till att skapa ett positivt ekonomiskt resultat, en vinst.

Resultaträkning (Profit and Loss Statement, P&L) - är en del av ett företags räkenskaper. Resultaträkningen visar företagets intäkter, kostnader och resultat (vinst). Normalt är resultaträkningen en sammanställning av resultatkonton i bokföringen. Vid försäljning av produkter dyker kostnaden normalt upp hos kunden i resultaträkningen för aktuell tidsperiod.

Remburs (Letter of Credit) - betalning vid export eller import som innebär att kundens bank åtager sig att betala säljaren mot visst dokument.

Ren accept - är en accept av ett anbud eller offert utan ändringar eller förbehåll. Innebär att ett juridiskt bindande köp ingåtts.

Renommesnyltning - innebär att ett företag utnyttjar ett positivt varumärke eller position som skapats av annat företag.

Revers eller ett skuldebrev - är en skriftlig utfästelse att betala en penningssumma vid ett senare tillfälle. En revers är ett slags lån som normalt har en viss ränta. Reversen kan också överlåtas till någon annan som då övertar fordran på den som ställt ut reversen.

Risk - ansvaret för en vara. Vid köp övergår risken för varan normalt vid överlämnandet av varan.

Return of Investment (ROI) - en ekonomisk term som ger en bild av avkastningen från en investering.

ROI är en kvot mellan vinst och investerat kapital, ofta uttrycks ROI i form av procent eller tid.

Royalty - en ersättning för en upplåtelse av en immaterialrätt.

Räkenskapsår - den period som ett företags räkenskaper omfattar, normalt 12 månader. Räkenskapsåret följer oftast kalenderåret men kan vara brutet, det vill säga börja och sluta vid annan tidpunkt.

Sales Promotion - säljbefrämjande åtgärder. Ett begrepp inom marknadsföring som innebär åtgärder för att främja försäljningen och köpet av en produkt eller en tjänst. Kan till exempel vara rabatter eller paketpris, ofta i form av kombinationser- bjudanden.

Sekretess - förbud att röja en uppgift, exempelvis en affärshemlighet.

Service-/Tjänsteföretag - företag som erbjuder och utför i huvudsak olika typer av tjänster.

Six Degrees of Separation - en föreställning om att alla personer i världen kan kopplas samman med maximalt sex kontaktsteg.

Självkostnad - den kostnad som krävs för att producera och tillhandahålla en viss tjänst. Gäller bland annat för kommunala

tjänster. Detta till skillnad mot marknadsprissättning eller marginalprissättning.

Skadestånd - en ersättning till en skadedrabbad som syftar till att återställa dennes ekonomiska situation till den som rådde innan skadan.

Skiljedom - ett avgörande i en tvist genom särskilt skiljedomsförfarande utanför allmän domstol.

Skimming - "att skumma marknaden" genom ett högt initialt pris vid introduktion av en ny produkt.

Social försäljning (Social Selling) - processen att utveckla relationer som en del av försäljningsprocessen.

Sociala mekanismer - ett antal grundläggande psykologiska principer som påverkar mänskligt beteende.

Forskare som psykologiprofessorn Robert Cialdini har visat att dessa mekanismer påverkar alla människor och skapar en slags automatiska svar som är svåra att motstå. Till exempel så känner vi ett starkt behov av att göra en gentjänst om vi har fått en ovillkorlig tjänst.

Solidariskt betalningsansvar - samtliga betalningsansvariga kan krävas på hela betalningen.

Solution Selling - en säljmetod och ett koncept som bygger på SPIN och en problemdriven försäljningsprocess.

Solvent - i stånd att betala.

SPIN - en välkänd säljmetod som bygger på en frågeteknik. Säljaren går igenom ett särskilt mönster av frågor med sina kunder. SPIN är en förkortning som står för: situationsfrågor, problemfrågor, implikationsfrågor och nyttofrågor.

Sponsorbrev - ett brev till en kund efter ett kundmöte för att sammanfatta mötet och bekräfta de framsteg som skett i säljprocessen.

Standardavtal - bygger på i förhand upprättade standardvillkor.

Stiftelse - juridisk person som bildats genom tillförsel av viss egendom. En stiftelse har ett visst ändamål och har tillsyn av staten genom länsstyrelserna.

Strategi - handlar om den översiktliga långsiktiga inriktningen för ett företag. En vanlig definition av strategi kontra taktik är "taktik är konsten att vinna ett slag, strategi är konsten att vinna ett krig". Se även säljstrategi.

Ställningsfullmakt - en outtalad fullmakt att företräda huvudmannen. Vissa personer får automatiskt genom sin ställning i företaget en så kallad ställningsfullmakt och kan ingå avtal med kunder (till exempel chefer, delägare och säljare).

Svarta listan - en lista över otillbörliga affärsmetoder. Listan är definierad i ett EU-direktiv och införd i svensk lag genom marknadsföringslagen.

Sälja - betyder att mot betalning överföra en rättighet att äga eller använda något, från en part till en annan part.

Säljare - en person som har som sitt yrke att genomföra affärer och sälja produkter till kunder. Säljare har en viktig roll i en kommersiell värld. En anställd säljare representerar sitt företag och har till uppgift att träffa kunder samt leda kunder fram till en affär.

Säljledning - handlar om ledning och styrning av en säljorganisation, Framförallt första linjens säljchefer som har direkt personalansvar för ett antal säljare.

Säljmetodik - se Försäljningsmetodik.

Säljorganisation - den del av ett företag som har till ansvar att aktivt sälja företagets produkter.

Säljprocess - se Försäljningsprocess.

Säljprofil - se Försäljningsprofil.

Säljroller - de yrkesroller som säljare kan ha. Det kan till exempel vara innesäljare, fältsäljare, butikssäljare, mäklare, Account Manager, Key Account Manager. Alla säljroller har en gemensam grund i försäljningsrollen men arbetsuppgifter och ansvar varierar beroende på säljroll.

Säljretorik - se Försäljningsretorik.

Säljstrategi - handlar om att välja en inriktning för att lyckas med sina säljmål. Det gäller bland annat val av kunder att bearbeta, erbjudanden att marknadsföra och försäljningskanal. Skall vi satsa på nuvarande produkter och kunder eller fokusera på nya?

Taktik - handlar om vad som görs nu och i närtid, närmaste kvartal eller budgetperiod. Hur skall målen uppnås?

Telemarketing - marknadsföring med hjälp av telefon.

Terminskontrakt - ett avtal eller kontrakt om att köpa eller sälja något till ett bestämt pris vid en framtida tidpunkt.

The Long Tail (Den långa svansen) - syftar på att marknaden för nischprodukter ökar via ökad synlighet och tillgänglighet för även små kundgrupper på internet.

Tillhanda - något skall nå mottagaren på sådant sätt att denne omedelbart och direkt kan ta del av detsamma.

Tillgång - marknads utbud av en viss produkt vid ett givet tillfälle.

På marknaden möts köparna (efterfrågan) och säljarna (utbudet) som genom interaktionen med varandra påverkar hur mycket som produceras av en vara och till vilket pris denna vara säljs. Vid den kombination av pris och kvantitet som är lika för utbud och efterfrågan finns den så kallad mark- nadsjämvikten.

Tjingsare - ett slangord för (ofta båtburna) försäljare som säljer krimskrams i hamnarna till besökande fartyg. Ibland genom byteshandel. Även kallad krejsare.

Tjänst - en aktivitet eller funktion som tillför värde till en mottagare, betjänar denna, utan att i sig innebära att ett bestående fysiskt objekt med eget värde tillförs mottagaren. Det engelska ordet service med samma betydelse används ibland isamband med betjäning av en kund.

Tjänstefiering - företag ändrar sin affärsmodell från att sälja produkter mot en engångsersättning till att sälja produkten i form av en tjänst som kunden abonnerar på. Denna transformering av affärer kallas för tjänstefiering (Servitization).

Tradera - överlämna en produkt (vara) i samband med köp (eller pantsättning). Innebär att köparen disponerar produkten.

Traditionsprincipen - en rättslig princip som säger att en köpare inte fått full rätt till ett föremål förrän det har överlämnats - traderats - till den nya ägaren.

Transaktion - en affärstransaktion är en handling där parterna genomför själva affären och byter produkt mot ersättning. Inom försäljning avser transaktion enklare försäljning där kunden känner sitt behov och har identifierat en lämplig produkt. Det handlar om att så snabbt och enkelt som möjligt genomföra affären, själva transaktionen.

Trejdare - slangord för försäljare som säljer diverse små varor direkt till kunder utan fast näringsställe. Ordet kommer troligen från det engelska ordet för handel, "trade".

Träning - en medveten övning för att förbättra prestation.

Tull - statlig avgift för varor som importeras från annat land.

Täckningsbidrag (TB) - ett ekonomiskt begrepp som används vid kalkylering och försäljning. Det är ett beräknat värde i kronor som visar hur mycket en viss produkt bidrar med till att betala kostnader som är gemensamma.

Täckningsgrad (TG) är ett procentuellt mått som används för att se hur stor andel av intäkterna som ger täckningsbidrag. Täckningsbidrag och täckningsgrad kallas även för marginal.

Underentreprenad - avtal om leverans eller arbete till någon som har ett huvudavtal eller entreprenad.

Unique Selling Proposition/Point (USP) - unik säljfördel som innebär att en produkt har en fördel som konkurrenterna saknar.

Uppdragsavtal - ett avtal mellan en uppdragsgivare och en uppdragstagare. Ofta ett konsultavtal till skillnad mot ett anställningsavtal.

Upphandling - en öppen inköpsprocess där stat och kommun inhandlar varor och tjänster. Regleras av lagen om offentlig upphandling (LOU).

Upphovsman - den som har upphovsrätten till ett visst verk. De ekonomiska rättigheterna kan överlåtas men inte den ideella upphovsrätten.

Upphovsrätt - den lagliga grunden för upphovsmannens rättigheter till litterära och konstnärliga verk.

Upplåta - hyra ut, arrendera eller på annat sätt överlåta egendom till annan person.

Usans - betyder inom affärsvärlden gällande hävdvunna regler och bestämmelser eller med andra ord god affärssed. Se även God affärssed.

Vara - lösa saker som bland annat omfattas av köplagen. Produkter kan delas in i varor och tjänster. Definition av vara och produkt varierar och byter ibland plats. I denna bok definieras produkt som det överordnade begreppet.

Varulager - omsättningstillgångar i ett företags balansräkning.

Varumärke - särskilt kännetecken för viss produkt eller vara. Varumärke skall vara särskiljande och skapas genom inarbetande och registrering.

Verifikation - dokumentation av en affärshändelse i ett företags bokföring.

Verk - ett alster som är resultat av en upphovsmans personliga skapande.

Verksamhet - En kommersiell verksamhet syftar på en affärsverksamhet som bedrivs av ett företag under yrkesmässiga former i vinstsyfte. Detta till skillnad från till exempel myndighetsutövning eller ideellt arbete. Myndighetsutövning är ett förvaltningsrättsligt begrepp och omfattar beslut eller andra åtgärder som ytterst är uttryck för samhällets maktutövning i förhållande till medborgarna. Ideellt arbete är en verksamhet som bedrivs på ett organiserat sätt utan vinstsyfte. Hobbyverksamhet är en verksamhet som bedrivs på fritid utan vinstintresse men som kan skapa vissa intäkter.