

FÖRSÄLJNINGENS BETYDELSE OCH STATUS I SVERIGE 2023

EN RAPPORT FRÅN



NORVAL INSTITUTE

Vid frågor om undersökningen, kontakta:

Anders Torelm, anders.torelm@norval.se +46 73 - 523 29 16

Roberto Picornell, roberto.picornell@norval.se +46 70 - 587 37 33

SAMMANFATTNING

Denna rapport syftar är att ta reda på vilken betydelse och status försäljning som yrkesområde och affärsprocess har inom svenskt näringsliv. Idag arbetar cirka 300 000 personer med försäljning i Sverige vilket gör säljare till ett av Sveriges största yrken [1]. Genom globalisering och digitalisering sker nu en förflyttning från personlig försäljning till å ena sidan e-handel och å andra sidan till en mer konsultativ säljroll. Efterfrågan på säljande personal är fortsatt hög och på grund av förändringar i marknaden krävs ökat fokus på handel och försäljning.

Hur ser näringslivet på affärsprocessen försäljning och på yrkesprofessionen säljare? Avsikten med enkäten är att ta temperaturen just på dessa områden. Målgruppen i undersökningen är i första hand personer som arbetar med försäljning och ledningspersoner som hanterar kunder och försäljning. De flesta i svarsgruppen arbetar som VD, divisionschef eller säljchef.

Den undersökta målgruppen anser att **försäljning är ett mycket viktigt område**, både för Sverige som nation och för företag på marknaden. Samtidigt är **man inte särskilt nöjd med status** för försäljning som profession, vare sig från samhällets sida eller ute i organisationer som arbetar med företagen. Resultaten är entydiga och alarmerande, det behövs ett ökat fokus på försäljning inom samtliga områden. Läs mer om resultaten och våra slutsatser nedan.

INNEHÅLL

1.	OM UNDERSÖKNINGEN	3
2.	FÖRÄNDRINGAR I MARKNADEN	4
3.	ENKÄTENS RESULTAT	4-8
	• Försäljningens betydelse för Sverige som nation	
	• Försäljningens betydelse för svenska företag	
	• Sammanställning	
4.	SLUTSATSER OCH KOMMENTARER	9-10
	• Från produktion till handel	
	• Behov av ökad kunskap	
	• Fokus på professionen försäljning	
	• Kompetensutveckling	
5.	LÄS MER	11
	• Ny lärobok i försäljning	
	• Om Norval Institute	
	• Referenser	

1. OM UNDERSÖKNINGEN

Enkäten riktade sig i första hand till personer i Norval Institute, NI:s nätverk. Urvalet har därför inte varit slumpmässigt och resultatet får ses som en indikation. Svaren är dock samstämmiga och pekar tydligt i en viss riktning. Enkäten var webbaserad och svaren behandlades anonymt. Svarefrekvensen var hög (30%) och antalet svar översteg över 120 personer. Frågorna var indelades i två avsnitt:

Avsnitt 1

Vilken betydelse och viktighet har följande aspekter på försäljning för att svenska företag skall kunna konkurrera och växa på marknaden och få framgång? Och därmed för Sveriges ekonomi och välbefinnande?

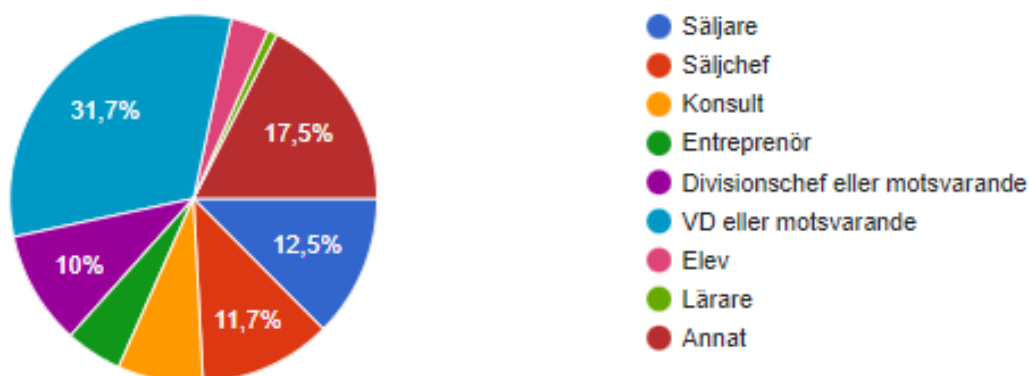
De som svarade på enkäten gjorde en skattning mellan 1 – 5, där 1 var: Saknade betydelse och ej var viktigt och där 5 var mycket betydande och viktigt.

Avsnitt 2

Hur nöjd är du med nuläget inom följande områden för att företag skall kunna konkurrera, sälja och växa och att Sverige som nation därmed skall få tillväxt och kunna öka sitt välbefinnande.

De som svarade på enkäten gjorde en skattning mellan 1 – 5, där 1 var: Ej nöjd med nuläget och 5 var mycket nöjd med nuläget.

Svarsgrupper



Den största svarsgruppen är VD med 31,7 % följt av säljchefer 17,5 %, divisionschefer 10% och säljare 12,5%. Tillsammans svarade dessa grupper för 71,7% av samtliga svar. Bland övriga grupper finns "annat" med 11,7%. Resterande summerar till 16,6%.

2. FÖRÄNDRINGAR I MARKNADEN

Idag sker stora och snabba förändringar inom handel och försäljning. Orsakerna är bland annat stora trender som globalisering och digitalisering men också oväntade händelser som pandemi, krig och ekonomisk oro. Ett dramatiskt exempel är Coronapandemin 2020–22 som har tvingat många företag att göra omfattande omställningar. Vi går från efterfrågestyrd marknad till överskott och utbudsmarknad med en ännu starkare konkurrenssituation. Det gäller både företagsmarknaden Business-to-Business, B2B och konsumentmarknaden Business-to-Consumer, B2C.

Samtidigt förändrad kundernas behov och köpbeteenden. Kunder går ofta online och skaffar sig information och även preferenser innan de kontaktar en potentiell leverantör. Kunder är mer pålästa och har kommit längre i sina köpprocesser när de tar kontakt med en säljare. Försäljning utvecklas därför nu snabbt samtidigt åt två olika håll. En stor del av handeln flyttar till digitala transaktioner online där effektivitet, snabbhet och logistik är avgörande faktorer. Den traditionella personliga försäljningen där en säljare träffar en kund är fortfarande dominerande men minskar i kvantitet. Samtidigt ökar behovet av kvalificerad försäljning för mer komplexa affärer där kunder söker lösningar på sina affärsutmaningar. Kvalitén på personlig försäljning behöver därför öka.

CRM-företaget Salesforce gjorde nyligen en enkätundersökning i vilken 521 chefer för svenska små och medelstora företag deltog [2]. Över 90 procent svarade att deras verksamhet stått inför stora utmaningar på grund av pandemin. De vanligaste utmaningarna var svårigheter med att upprätthålla försäljningen och att kunna planera för framtiden. Det finns flera anledningar till att vissa företag gått bättre än andra under coronatider. Men en gemensam faktor är att vinnande företag i större utsträckning anpassar sig till kundernas ändrade beteende.

3. ENKÄTENS RESULTAT

Vår enkät påvisar behovet av anpassning till förändringar i marknaden. Tyvärr visar svaren att svenska företag är relativt dåligt rustade för att anpassa försäljningen. Endast 2% är väldigt nöjda med säljare och företags förmåga till anpassning beroende på kund och affärssituation. Majoriteten är endast något eller ganska nöjd.

Enkäten ger tydliga resultat inom fyra områden där svaren är överraskande samstämmiga:

- a. **Vikten av försäljning för Sverige som nation – Väldigt viktigt**
- b. **Tillstånd och status för försäljning inom svenska samhället – Något till ganska nöjd**
- c. **Vikten för svenska företag att satsa på försäljning – Väldigt viktigt**
- d. **Tillstånd och status för försäljning inom svenska företag - Något till ganska nöjd**

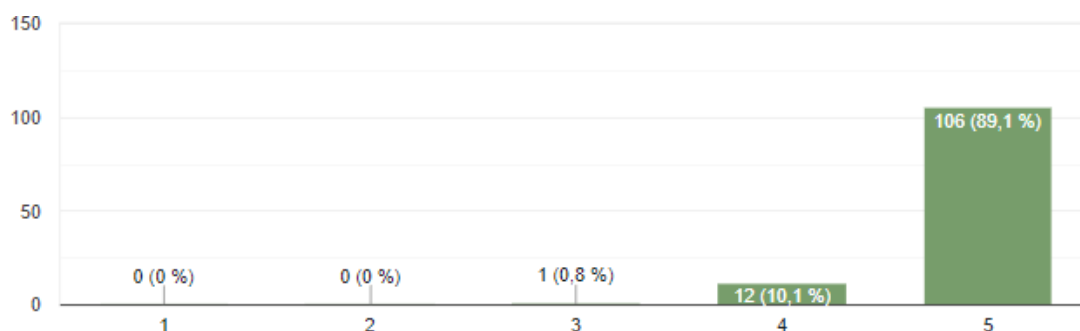
Det är en tydlig skillnad mellan hur viktigt man tycker att dessa frågor är och hur tillståndet är idag. För samhället manar dessa resultat till eftertanke. Vad kan göras för att underlätta för försäljning?

För företag framgår behovet av kompetensutveckling. Speciellt alarmerande är det stora gapet mellan betydelse och status inom anpassning till förändring. Det gäller både strategiskt till kunders förändrade behov och köpbeteenden samt taktiskt till aktuell kund och affärssituation. Kan det vara så att många företag kör vidare i samma hjulspår trots förändringar i marknaden?

Några exempel på typiska svar:

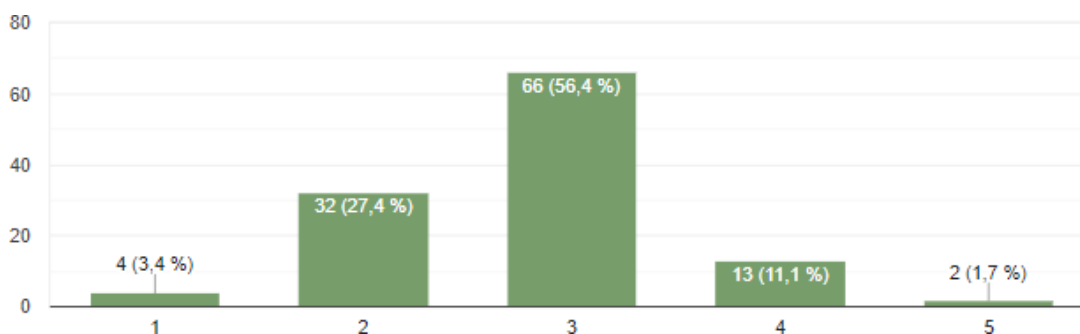
Fråga 1.1

Hur viktigt är **försäljning och handel** för Sveriges ekonomiska utveckling och därmed för tillväxt och välstånd?



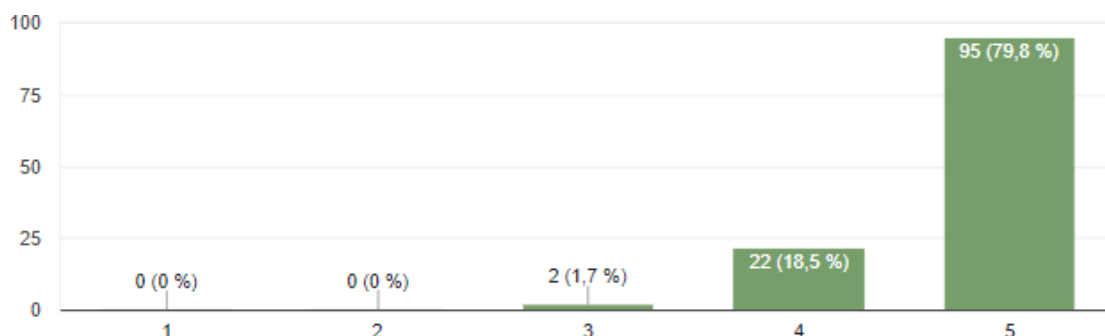
Kommentar fråga 1.1: Dominerande 89 % tycker det är mycket viktigt med försäljning för Sveriges ekonomiska utveckling och därmed för tillväxt och välstånd.

Fråga 2.1 Hur nöjd är du med samhällets förståelse och kunskap om betydelsen av försäljning och handel för Sveriges ekonomiska utveckling och därmed för tillväxt och välstånd?



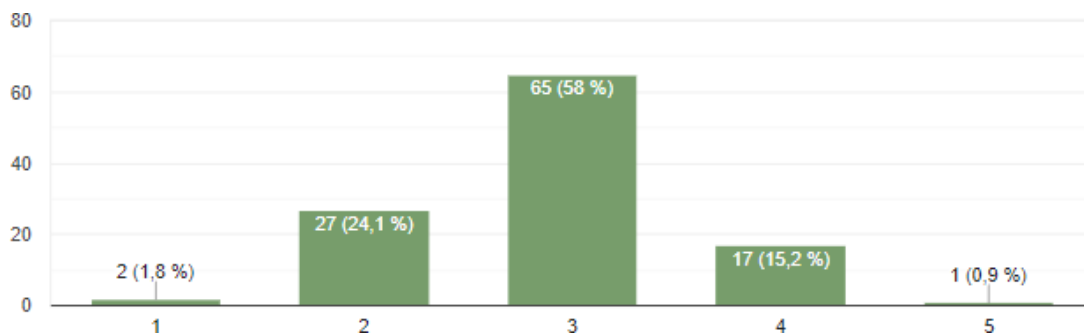
Kommentar fråga 2.1: Endast 2% är väldigt nöjda med Samhällets insatser för försäljning och handel. Majoriteten är lite eller ganska nöjda

Fråga 1.5 Hur viktigt är det med kundfokus och säljkompetens inom företag (från produktion/kontor till intäkt) för att lyckas?



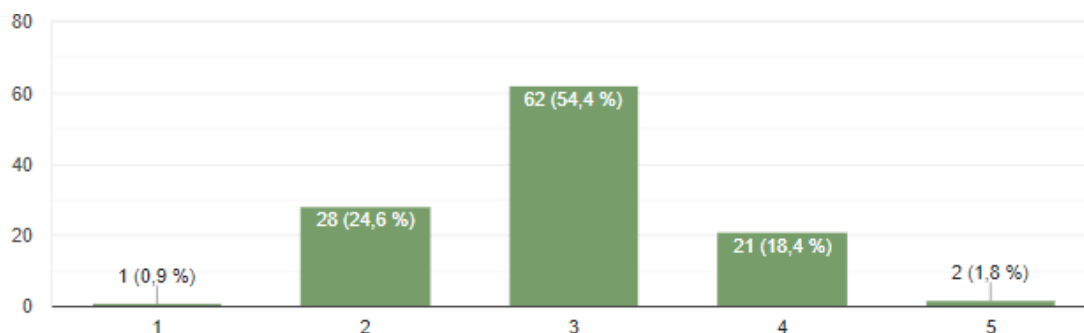
Kommentar fråga 1.5: En överväldigande majoritet om 80 % tycker det är mycket viktigt med kundfokus och säljkompetens inom svenska företag.

Fråga 2.5 Hur nöjd är du med nuvarande **kundfokus och säljkompetens** inom svenska företag (från produktion/kontor till intäkt)?



Kommentar fråga 2.5: Endast 1% är väldigt nöjda med nuvarande kundfokus och säljkompetens inom svenska företag. Majoriteten är något eller ganska nöjd.

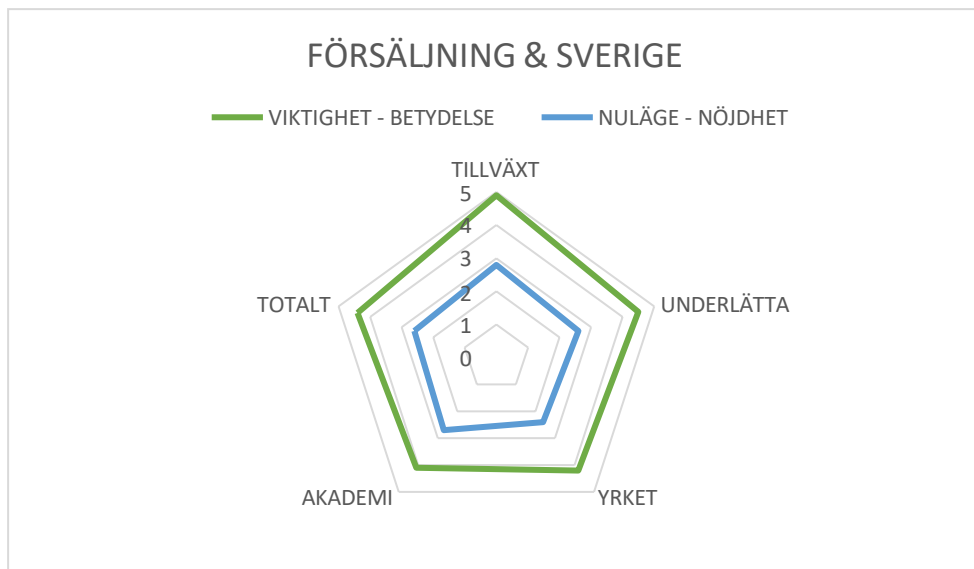
Fråga 2.7 Hur nöjd är du med säljares förmåga att taktiskt kunna anpassa försäljning beroende på kund och affärssituation? (till exempel genom val av lämpligt uppträdande och säljmetod)



Kommentar fråga 2.7: Endast 2% är väldigt nöjda med säljare och företags förmåga till anpassning beroende på kund och affärssituation. Återigen är majoriteten endast något eller ganska nöjd.

Sammanställning Del 1

Betydelse och nöjdhet med försäljning som profession för Sverige som nation



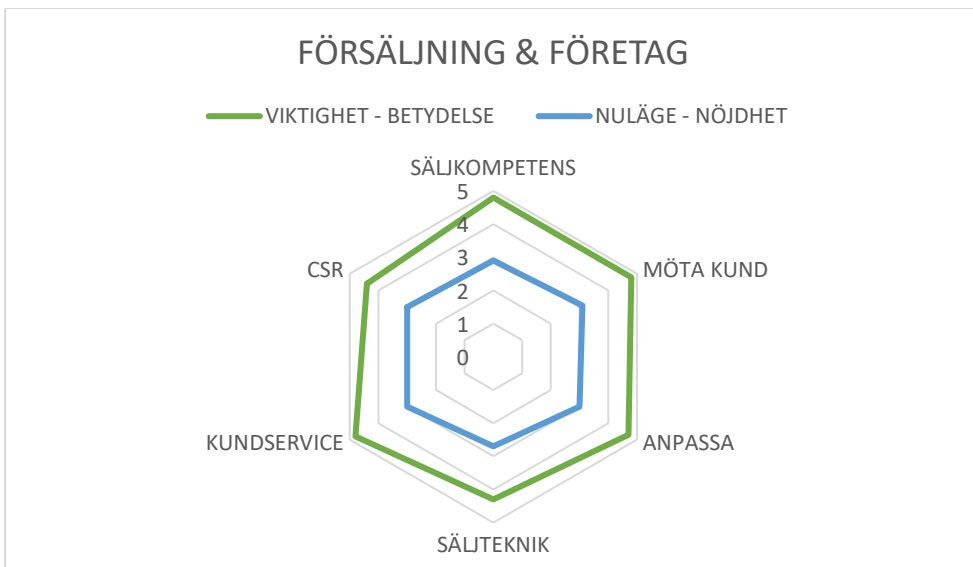
Diagrammet visar en sammanställning av samtliga svar inom fyra områden vad gäller försäljning och Sverige som nation. Den yttre gröna linjen visar svar vad gäller viktighet och betydelse. Den inre blåa linjen visar svar vad gäller nuläge och nöjdhet. Gapet mellan betydelse och nöjdhet är avståndet mellan linjerna.

Kommentar:

När vi summerar samtliga frågor om betydelsen och hur viktigt det är för Sverige som nation får vi en tydlig bild. På samtliga områden anser man att frågan är mycket viktig och av stor betydelse men att tillståndet och status inte är tillfredställande. Gapet är på samtliga områden påfallande stort. Det största gapet mellan betydelse och nöjdhet ligger inom Sveriges tillväxt och samhällets insatser för att underlätta för handel och försäljning. Frågan är vad samhället kan göra för att minska gapet? Vi kommer med några förslag i avsnitt 4. Slutsatser och kommentarer nedan.

Sammanställning Del 2

Betydelse och nöjdhet med försäljning inom svenska företag



Diagrammet visar en sammanställning av samtliga svar inom sex områden vad gäller försäljning och företag. Den yttre gröna linjen visar svar vad gäller viktighet och betydelse. Den inre blåa linjen visar svar vad gäller nuläge och nöjdhet. Gapet mellan viktighet och nöjdhet är avståndet mellan linjerna.

Kommentar:

Samma tydliga bild får vi när vi summerar frågorna om betydelsen av försäljning för svenska företag. På samtliga områden anser man att frågan är mycket viktig men att tillståndet och status inte är tillräckligt bra. Gapet är på alla områden överraskande stort. Det största gapet mellan betydelse och nuläge finns inom säljkompetens och kundservice. Därefter kommer förmågan att möta och anpassa försäljning till kund. Frågan är vad företag kan göra för att minska gapet? Vi kommer med några förslag i avsnitt 4. Slutsatser och kommentarer nedan

4. SLUTSATSER - KOMMENTARER

Från produktion till handel

Enkäten bidrar till att synliggöra handel, försäljning och yrkesrollen som säljare. Det finns ett stort behov av ökad kunskap och utveckling av försäljning inte minst för svenskt näringsliv. Sverige är ett land som har under generationer styrts utifrån att vi är producerande land med många bra innovationer och duktiga ingenjörer. Men idag räcker inte det, vi behöver även marknadsföra och sälja våra varor och tjänster på en global marknad.

Världen förändras snabbt genom digitalisering och globalisering men även på grund av krig, epidemier och ekonomisk oro. Vi går från efterfrågestyrd marknad, i princip sedan andra världskriget, till överskott och utbudsmarknad idag. Företag utsätts för en ännu starkare konkurrenssituation. Samtidigt ändrar många företag strategi från produkt till abonnemang och tjänster. Med nya leverans- och betalningsmodeller kommer det som kallas "tjänstefiering". Men hur kan Sverige och våra företag möta dessa förändringar?

Sverige är idag ett framstående industriland men behöver bli bättre som handelsnation för att möta den globala konkurrensen. Johan Forsell, bistånds- och utrikeshandelsminister säger den 22 november 2022: *"vi är ett litet exportberoendeland, helt beroende av en världshandel där våra företag har tillträde till nya marknader"* och vidare den 8 februari 2023: *"En prioritering för det svenska EU-ordförandeskapet är att ta bort onödiga handelshinder, nya frihandelsavtal och underlätta den gröna omställningen"*.

Behov av ökad kunskap

Vår handel bygger på att vi aktivt säljer våra varor och tjänster men tyvärr är professionen försäljning inte särskilt högt prioriterad på svenska skolor och svenska företag. Vi ligger långt efter handelsnationer som Nederländerna, Storbritannien, USA och numera Kina. Som exempel erbjuder Stockholms universitet endast en kurs där ordet försäljning ingår. I kurslitteraturen finns ingen bok om försäljning. Studentlitteratur har 59 boktitlar om marknadsföring och försäljning men ingen fokuserad försäljningsbok. Sverige saknar renodlade professorer inom försäljning, här har Finland påbörjat en förändringresa och har numera flera professorer inom området försäljning.

En kompetensförflyttning behöver ske snabbt, det behövs en akademisk utbildning och vidareutbildning inom företag hur man styr och utvecklar försäljning med systematik. Inom Yrkehögskolorna, YH finns dock en omfattande säljutbildning. Ett 20-tal YH-skolor runt om i landet erbjuder grundläggande säljutbildning. Här finns en praktisk säljutbildning baserat på näringslivets behov. Men säljutbildning behöver breddas till de yrkesverksamma och höjas på akademisk nivå.

Fokus på professionen försäljning

Trots en ökad digitalisering finns behov av säljare som möter kunden personligen, till exempel i butik, men allt fler kommer troligen att arbeta digitalt eller som kvalificerade konsulter och rådgivare. Att kunna marknaden och anpassa sin försäljning i högre grad är av största vikt. Tidigare hade säljaren ett kunskapsövertag men idag har kunden ofta lika stora kunskaper om produktområdet som säljaren. Säljaren behöver leverera fler värden för att bibehålla och utveckla kunden över tid.

Det kommer fortsätta vara stort behov av säljare. Försäljning är dessutom ett mycket roligt och utvecklande yrke. En säljare kan ha hela Sverige eller till och med hela världen som arbetsfält, en möjlighet att resa och träffa andra människor och kulturer. Världens utveckling och välbefinnande bygger på handel och en fungerande marknad. Utan försäljning blir det inga affärer och ingen handel. Men yrket är idag inte särskilt högt värderat. Tidigare drömde barn kanske om att bli brandmän, ingenjörer eller läkare. Idag drömmer de om att bli en "influenser" eller popartist. Men varför drömmer inte barn om att bli handelsmän och försäljare?

En positionsförflyttning i synen om försäljning behöver ske. Försäljning är i vår mening företagets viktigaste affärsprocess. Ingen försäljning, inga intäkter och därmed inga företag. Vi vill lyfta säljaryrkets status och förståelse för rollen som säljare: En kvalificerad yrkesprofession som kräver hög kompetens med fokus på kund och affärsmässighet.

Kompetensutveckling

Kompetensförflyttning behöver utvecklas med en samlad bild om hela kunskapsområdet, strategiskt, taktiskt och operativt. Idag är kunskapen väldigt fragmenterad och inte alltid evidensbaserad. Men det finns saker som kan göras här och nu. Det gäller för svenska företag på ett strukturerat sätt lära sig att använda rätt modeller metoder och säljteknik för aktuell affärssituation. Vidareutbildning av både chefer och säljare är viktigt och behöver påbörjas idag. Svenska företag måste bli bättre på att marknadsföra och sälja sina tjänster och varor.

Men var finns kunskaper om moderna säljmetoder att hämta? Inom ämnet försäljning finns flera typer av "läror" inom försäljning. Vissa bygger på att framgångsrika personer berättar sin historia och hur de har blivit framgångsrika. Dessa personer och historier kan fungera som inspiration och innehåller bra tips och råd. Andra beskriver en metod som baseras på att någon paketerat vissa handlingsätt. Sådana säljmetoder har ofta visat sig bilda en bra grund för ett strukturerat och metodiskt säljarbete. Men både personliga erfarenheter och säljmetoder har kommit till i en viss kontext och affärssituation. Utmaningen är att förstå i vilka situationer en specifik metod är tillämplig. Behovet av övergripande kunskaper och metoder är därför stort.

För att adressera behovet av ökad kunskap och kompetensutveckling inom professionell försäljning har vi tagit initiativ till en helt ny lärobok inom försäljning. Boken är avsedd både för grundutbildning vid skolor och för vidareutbildning inom näringslivet. Läs mer om boken *Försäljning- metoder, modeller och säljteknik* nedan.

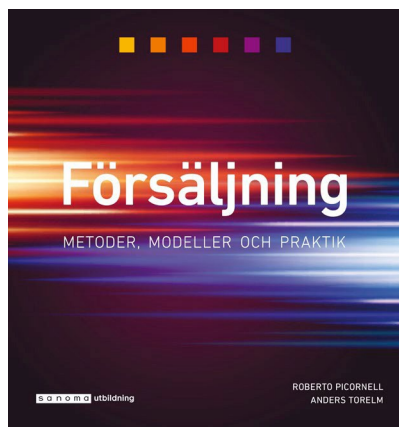
5. LÄS MER

Ny lärobok med samlad kunskap om försäljning

Norval Institute är ett kunskapscenter inom försäljning. Tillsammans med Sanoma Utbildningsförlag har vi tagit fram en ny lärobok i försäljning. Boken **Försäljning – metoder, modeller och säljteknik** täcker på ett tydligt och överskådligt sätt försäljningsyrkets hela område.

Boken är avsedd för högskolor, affärsskolor, yrkeshögskolor samt säljutbildningar inom svenskt näringsliv. *Försäljning – metoder, modeller och säljteknik* inleds med grundläggande affärsförståelse. Därefter presenteras strategisk säljplanering och etablerade försäljningsmetoder och processer.

Boken introducerar **META Situationsanpassad försäljning**, ett nytt taktiskt verktyg för bedömning och val av den mest effektiva säljmetoden. Det operativa säljarbetet beskrivs med välkända säljtekniker. Försäljningens villkor bestäms av omvärldsfaktorer samt lagar och regler. Slutligen definieras vilka kompetenser som bygger upp en säljares yrkesskicklighet.



Läs mer om boken här: <https://norval.se/forsaljningsbok/>

Om Norval Institute

Norval Institute är ett kunskapscenter inom ledarskap, marknadsföring och försäljning som erbjuder litteratur, föreläsningar, seminarier, utbildnings- och konsultuppdrag.

Besök oss på www.norval.se för mer information om försäljning, eller kontakta:

Anders Torelm, anders.torelm@norval.se +46 73 – 523 29 16

Roberto Picornell, roberto.picornell@norval.se +46 70 – 587 37 33

Referenser

- 1) SCB (2021), Statistik 30 största yrkena. (elektronisk). <https://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/arbetsmarknad/sysselsattning-forvarvsarbete-och-arbetstider/yrkesregistret-med-yrkesstatistik/pong/tabell-och-diagram/30-storsta-yrkena/>
- 2) Salesforce (2022) Hur påverka coronapandemin Sveriges små och medelstora företag. (Elektronisk). <https://www.salesforce.com/se/blog/2021/hur-paverkar-coronapandemin-sveriges-sma-och-medelstora-foeretag.html>
- 3) Picornell, R & Torelm, A. (2023) Försäljning – Metoder, modeller och säljteknik. Sanoma Förlag.

