



## ”Bra produkter säljer sig själva”

**Försäljning** Monica Hagberg Andersson gick från jobbet som postkassörska till att sälja japanska sågar på Grönyte-Konsult AB. Bra produkter var skälet till att hon sedan ville ta över företaget. De gör säljet enkelt, menar hon.

Monica Hagberg Andersson började som anställd i företaget 2001. Nio år senare tog hon över.

– Det var min förhoppning som anställd. Jag såg vilka bra produkter som vi säljer, berättar hon.

Vilken produkt du som företagare faktiskt säljer är A och O för att försäljningen ska lyckas, det är Monica övertygad om. I hennes fall känns det väldigt naturligt att ha kontakt med återförsäljare, vara med på mässor och vårda sin kundbas. Hon vet att produkterna håller hög kvalitet.

– På mässor är jag till exempel inte så gå-på-ig. Inte alls faktiskt. De som är intresserade kommer fram och då gäller det att kunna svara på frågor och berätta om produkterna. Jag låter verktygen tala för sig själva.

Men hon sitter ändå inte still och låter försäljningen sköta sig själv. Hon och maken är aktiva, annonserar i facktidningar och trädgårdstidningar, har en egen webbshop och deltar alltså på mässor och branschdagar. De svarar på kundernas mejl och telefonsamtal.

– Det viktigaste är att vårda de kunder som vi redan har. Vi ger våra återförsäljare och användare en bra service, ser till att sva-

ra på frågor, har ett lager med alla produkter och levererar snabbt. Det gäller att ha en god kontakt och bra dialog med butikerna, att vi får en bra relation med återförsäljarna som ska sälja våra produkter, att de vet vad det handlar om, berättar Monica.

Hon och maken är också aktiva vid demonstrationsdagar där de är ute i butiker och visar hur produkterna fungerar. Vid mässor träffar de nya och gamla kunder.

– De återkommer oftast för att de är nöjda med våra produkter. Det viktigaste för att få en bra kontakt med kunderna är att de är intresserade och att de vill köpa produkter med kvalitet.

Grönyte-Konsult gör också årliga utskick med sitt produktsortiment och nyheter. Då får de på ett bra sätt till en önskad merförsäljning.

– Har kunderna köpt en såg kan man rekommendera exempelvis en sekator också. I vårt sortiment finns det så många varianter att vår merförsäljning blir enkel. Men även här är det viktigt att vi håller bra produkter och inte blandar äpplen och päron.

Företaget finns också i sociala medier. Och här märker Monica att det gäller att hänga med:

– Jag sitter inte still. Vi har varit aktiva på Facebook ett tag, men nu är det Instagram som gäller. Det gäller att hänga på där nya marknader finns och alltid vara proffsig. Du ska alltid veta vad du säljer och inte sälja för säljandets skull. Säljer du en produkt som kunden är nöjd med säljer den sig själv.

Försäljningen har också gått bra. 2015 låg deras omsättning på 3,6 miljoner kronor, för 2016 beräknades den bli runt 4 miljoner när det var några veckor kvar på året.

– Det är nästan ett självspelande piano nu. Självklart kommer det konkurrenter och det gäller att hålla sin ställning på marknaden på ett ödmjukt sätt. Jag kan också bli stressad och tänka “hur ska man klara sig?” Men så vet jag vad jag har och då är det bara att jobba och sälja på.

### Monicas bästa säljtips

#### 1. Ha bra produkter

– Jag har haft turen att hamna i företaget med de här bra produkterna, men har också jobbat länge för det här. Du måste ha produkter som du brinner för och vill visa. Det gäller att veta vad produkterna står för och att du står för och tar ansvar för dem. Du kan inte sälja vad som helst utan måste stå för din sak.

#### 2. Gör din research – i förväg

– Jag visste vad jag gav mig in på när jag tog över företaget. Under tio år gjorde jag ungefär samma sak. Ska du som småföretagare ta över ett företag eller satsa på en viss typ av produkter måste du få en inblick i vad det innebär innan du satsar. Försök fasa in i jobbet – och också säljet.