

# Hvad er salg: og hvordan adskiller det sig fra markedsføring? (1/9)



## RESUMÉ

For mange har ordet "salg" negative undertoner, fordi det hurtigt associeres med en slibrig sælgertype, som prøver at overtale dig til at købe et produkt, du ikke har behov for til en pris, du ikke har råd til, eller en pågående telefonsælger der vil sælge dig et års abonnement på fiskeolie klokken otte fredag aften. Samtidig er realiteten den, at salg ligger til grund for alle virksomheders eksistens. I denne artikel vil vi derfor sætte fokus på, hvad salg egentlig er, hvordan det adskiller sig fra markedsføring, og hvorfor det burde være et centralt fokusområde for små og mellemstore virksomheder.

### Hvad ligger egentlig i begrebet salg?

Vi har et par gange skrevet om, hvor vigtigt det er for SMV'er at have styr på sine pengestrømme. Det er en forudsætning, at der er penge i kassen, for at du kan drifte din virksomhed, men for at det er tilfældet, kræver det, at du får penge ind. Og hvordan gør du så det? Svaret er salg.

Men hvad er salg egentlig? Den simple definition er, at salg omfatter hele processen, der fører til, at en transaktion bliver gennemført, dvs. et produkt eller en serviceydelse, som bliver udvekslet mod betaling. Det lyder måske enkelt nok; jeg giver dig det, du vil have, og du betaler mig for det. I virkeligheden, derimod, er salg et af de sværeste områder af virksomhedsdriften at mestre. For nogle kommer salg mere naturligt end for andre, men uanset om du er komfortabel med at sælge eller ej, så vil det være meget gunstigt for dig at arbejde med hele din salgsproces og alle de dele, som skal være på plads, for at du rent faktisk bliver økonomisk kompenseret for alt arbejdet du lægger i din virksomhed.

### Hvordan skiller salg sig ud fra markedsføring?

Markedsføring og salg går hånd i hånd og er begge to centrale områder i en virksomhed, når det kommer til at drive omsætningen, men selv om de to områder har mange ligheder, er

der tre hovedpunkter, der adskiller dem<sup>1</sup>:

- 1) Salg fokuserer hovedsageligt på individer eller på en mindre gruppe specifikke mennesker. Markedsføring tager derimod udgangspunkt i det store billede, hvor fokuset bliver på at nå ud til bredere kundesegmenter i den overordnede population.
- 2) Når vi taler om salg, vil tidshorizonten typisk ligge på den kortere bane sammenlignet med markedsføring. Mål og strategier inden for markedsføring kan strække sig udover mange år, eller endda årtier, mens salg typisk vil omhandle en tidsramme på uger, måneder, kvartaler eller maksimalt et år.
- 3) Hovedpointen med markedsføring er at skabe interesse for et selskab/selskabets produkter og/eller serviceydelser gennem f.eks. branding eller digital markedsføring. Salg, derimod, handler om at tage interessen genereret via markedsføring for så at konvertere den til monetære goder – altså at omdanne et prospekt til en betalende kunde.

Som du ser ovenfor, er der nogle konceptuelle forskelle mellem de to områder, og det er gavnligt at være klar over disse, så du ved, hvornår det er du "puller" (markedsføring), og hvornår det er du "pusher" (salg). Samtidig burde du også se på salg og markedsføring fra et overordnet perspektiv,

så du kan sikre kontinuitet i det, du formidler til dine kunder. For at gøre det mere overskuelig, kan salgstragten nedeunder være et godt udgangspunkt<sup>2</sup>:



Som du ser ovenfor, hænger markedsføring og salg tæt på hindanen, og der er en naturlig overgang fra det punkt hvor en potentiel kunde foretrækker dit brand, til vedkommende får en intention om at købe det du tilbyder. Desværre er det ofte tilfælde i større organisationer, at salg og markedsføring opererer i separate afdelinger med begrænset kommunikation sig imellem, og det kan tit føre til netop den mangel på kontinuitet enhver virksomhed efterstræber. Fordelen med en mindre virksomhed, derimod, er at det begrænsede bureaukrati sandsynligvis vil gøre det enklere at integrere disse to funktioner, noget der vil føre til at både salg og markedsføring arbejder mod det samme mål, selv om deres konkrete opgave er forskellige.

### Hvorfor er salg vigtigt for SMV'er?

For små og mellemstore virksomheder kan en enkelt kunde fra eller til afgøre, om virksomheden overlever til næste kvartal. Selv om både fristelsen og prestigen sandsynligvis kommer ved at se på og vinde de "store kunder", så løber du også en større risiko ved at have få men store kunder, idet dine pengestrømskanaler er begrænsede. For at minimere risikoen for dette, bør du ligeledes fokusere på mindre kunder – fremfor at lægge alle æg i en kurv.

Når det er sagt vil det, hvad enten du sigter mod de store eller små kunder, i sidste ende handle om at lukke salg. Som ejer af en lille virksomhed ved du, hvor svært det er at oparbejde en solid arbejdskapital, og det betyder, at du hele tiden må jage nye kunder. Uden kontinuerlige positive pengestrømme, vil der ikke være kapital i din virksomhed til hverken udvikling eller drift, og det kan i værste fald føre til, at du må lukke butikken. Det er derfor helt essentielt, at du forstår hvordan din salgsproces i dag fungerer, og hvad du kan gøre for at forbedre den. Det vil bidrage til, at du hele tiden har nye potentielle kunder i pipelinen, og at prospekterne, du har arbejdet med, bliver lukket – og forhåbentligvis vender tilbage næste gang, de har behov for dit produkt eller din tjeneste.

For at hjælpe dig med at kortlægge dine salgsprocesser, samt give dig nogle tips til hvad "best practice" indenfor salg er, har vi udarbejdet en række salgsoverordnede artikler, der dækker over hele spekteret af en typisk salgsproces – fra markedsføringsbaseret segmentering til gensalg. Du kan derfor med fordel læse vores næste artikel i serien, der på et overordnet plan gennemgår hvordan en typisk salgsproces ser ud.

#### Kilder:

- 1) <http://www.differencebetween.net/business/difference-between-sales-and-marketing/1>
- 2) "On Sales," HBR's 10 Must Reads