



Brev nr

6

# SVÄNGSTA-skolan

*En brevkurs tillägnad Er som säljer fiskedon*

*Det handlar om*

**Olika kundtyper**



**På tal om priset**



**Att sälja är inte att  
expediera**



**Samarbete  
bakom disken**



**När kunden är  
missnöjd**



## Klarade du

12 rätt på frågorna i brev 5?

Här är de rätta svaren:

### RÄTTELSE

Beklagligt nog har sista raden fallit bort på sid 27 i brev 3. Meningen skall lyda: Skulle vid ett sådant tillfälle en stor fisk hugga sliter den sig.

Och rätta svaret på fråga 5 i brev 3 skall givetvis vara en 2:a.

<b>1</b>	<b>x</b>	<b>2</b>
		<b>2</b>
	<b>x</b>	
<b>1</b>		
	<b>x</b>	
		<b>2</b>
		<b>2</b>
	<b>x</b>	
	<b>x</b>	
		<b>2</b>
<b>1</b>		
	<b>x</b>	
	<b>x</b>	

Svängsta-skolan är utgiven av AB Urfabriken, Svängsta, i samarbete med Cykel- och Sporhandlarnas Riksförbund och Sveriges Järnhandlareförbund.

All korrespondens adresseras till Svängsta-skolan, Box 52, Vällingby 1.

## Käre kursdeltagare

Liksom skådespelaren med sina repliker fångar publikens uppmärksamhet behövs det att du, som försäljare, genom argument och demonstrationer förmår väcka och vidmakthålla kundens intresse och leda försäljningssamtalet fram till ett köpbeslut. Vårt sista kursbrev har vi därför ägnat åt att illustrera försäljningssamtal med olika kundtyper.

Varje gång du står framför en ny kund prövas ditt försäljningssinne — din varu- och människokunskap, förståelsen för kundens behov och slutligen din förmåga att kunna övertyga. Och när du härnäst går miste om en försäljning, gör då till en vana, att tänka igenom ditt samtal med kunden. Var du själv orsak till "missen", eller var den oundviklig?

Du vet ju, att en vara aldrig säljer sig själv, utan det är din aktiva medverkan, som får omsättningen att stiga och kunderna att trivas i affären.

**Kursledningen.**



# Olika kundtyper

## Kundtyp:

**Semesterfirare som tycker det vore roligt att ha med sig fiskegrejor.**

**Kunden:** Vad kostar ett spinnspö?

**Försäljaren:** Jag kanske får visa några olika utrustningar. Vad tänker ni fiska?

**K:** Jag har aldrig spinnfiskat förr men skall åka på semester och tycker det kunde vara roligt att prova fiskelyckan.

**F:** Det är ju alltid trevligt. Vart skall ni åka?

**K:** Jag skall till en stuga några mil norr om Östersund — och där finns en del vatten, som lär vara bra.

**F:** Ja, här har jag Fiskefrämjandets karta över just de där trakterna. Om man bara kommer ett stycke bort från bilvägen, finns det många bra möjligheter till öringsfiske. Då föreslår jag en inbyggd haspelrulle med ett lämpligt spö.

**K:** Blir inte det dyrt?

**F:** Fördelen med en ABU-MATIC-rulle är att ni kan kasta med lätta beten och utan risk för backslag. Ni kan komma så långt ut, som ni behöver, om ni skall fiska från stranden.

**F:** (har tagit fram ett spö, väger det i handen och prövar aktionen. Sedan sätter han på rullen.)



*F. har skaffat sig kunskaper som han förstår att använda i rätta ögonblicket.*

*F. har redan gjort sig en klar uppfattning om kundens behov och vet att den här rulltypen är lämplig.*

**F:** Här har vi ett idealiskt spö — varsågod och känn själv så bra rulle och spö samarbetar.

**K:** (medan han provar det) Vad kostar det här spöt?

**F:** Det kostar 62 kronor, och jag kan tryggt rekommendera det, då jag använder den typen själv.

**K:** Men det finns väl billigare?

**F:** Javisst (provar ett nytt spö och räcker det till kunden. Detta spö kostar 38 kronor, också ett bra spö, (sätter på en rulle i snabbgreppet). Kanske inte fullt så välbalanserat, det känner ni nog.

**K:** Så känns det faktiskt.

**F:** (provar ett nytt spö och byter med kunden). Här har vi ett spö som är något dyrare än det första — 92 kronor. Det har ju en verkligt tjustig aktion eller hur . . .

**K:** (känner på spöt) Jo, men då blir utrustning allt för dyr för jag måste också ha en rulle. En bekant köpte förresten en rulle i Varuhuset för bara 35 kronor.

**F:** Det är ju klart att det går att fiska även med en så pass billig rulle. Vi har också dessa typer i lager. Men till ett bra spö skulle jag vilja rekommendera en kvalitetsrulle. (Plockar fram 4—5 olika typer.) T. ex. den här, på spöt som ni provade först. Den kostar 67 kronor och den är försedd med synkroslinning, som fungerar så här . . . Och som en extra finess är rullen försedd med signallina . . .

**K:** Tack, då tror jag att jag tar den och det första spöt.

**F:** Tack så mycket och så behövs naturligtvis ett par öringdrag. Den här typen . . . draget skall vara mycket bra. Vi tar väl ett i guld och ett i silver . . .

*F. kopplar ihop rulle och spö till en försäljningsenhet.*



*F. visar fram ett spö, som är dyrare och låter därmed det första spöt framstå som billigt.*

*F. har satt sig in i vilka olika rulltyper det finns på marknaden och känner deras fördelar och svagheter.*

*F. motiverar priset genom att demonstera rullens olika finesser.*

*F. fastslår utan diskussion att drag behövs — förlänger inte i onödan försäljningssamtalet.*



## På tal om priset

Det är väl så, att en mycket duktig försäljare för det mesta lyckas med att sälja dyrare varor. Men detta skapar inte alltid den trivsel, som man så gärna vill ha i sin affär. Och trivseln ger i längden större inkomster än en oansvarig försäljning.

Många anser att man i försäljningssamtal helst så länge som möjligt skall vänta med att nämna priset. På det sättet kommer kunden nämligen att reagera spontant inför varorna utan att hämmas av priset. Då hindras han att på förhand inta en eventuell försvarsattityd mot ett för dyrt köp. Och när

han till sist får veta priset, är han redan så "såld" på varan att någon återväg inte finns.

Denna uppfattning är säkert inte alla gånger riktig — en kund kan mycket väl inta en automatisk försvarsattityd bara genom att misstänka att priset är högt.

Enligt vår åsikt är det viktigast att kunden får den vara han blir mest nöjd med, och som är bäst lämpad för hans behov och hans ekonomi. Naturligtvis gör man sitt yttersta för att sälja en bra kvalitet till kunden.

Gör alltid till en regel att först studera kunden och gör sedan ditt bästa för att föreslå redskap som du tror är speciellt lämpliga för honom.

Men därför behöver man inte börja ett samtal med priset. T. ex. denna semesteråkande kund, som vi just behandlat. Han frågar vad ett spinnsjö kostar. Men försäljaren tar först reda på användningsområdet och föreslår därpå en lämplig utrustning. Först gäller det alltså att kartlägga kundens behov. Därefter, om han direkt frågar efter ett pris, skall han givetvis få veta det. Men låt då alltid priset följas av ett argument, ifall det är särskilt högt eller lågt.

"Frys" inte åt kundens påstående att det fanns billigare rullar på Varuhuset. Gör till en regel att aldrig tala nedsättande om konkurrenternas varor utan understryk i stället fördelarna hos de egna och vikten av kvaliteten.

### Den bilåkande fiskaren

Försumma inte att göra som den här försäljaren. Påminn kunden om att det är på avsidet belägna platser som fisket blir verkligen givande. Inte på de allmänna rastplatserna längs riksvägarna. Där har tusentals bilåkande fiskare före honom retat sig över hur dåligt med fisk det finns.

Till god service hör också att erbjuda medlemskap i Fiskefrämjandet. Kanske finns det mycket fina fiskevatten helt nära semesterplatsen, som inte kunden kände till förut.

### Dramatisera gärna

Försäljaren i det här samtalet har sinne för att dramatisera och det väcker alltid kundens intresse. Han känner på ett spö och i och med att han har provat det ger han kunden en känsla av att det är ett verkligen bra spö.

Försäljarens sätt att behandla redskapen visar att han betraktar dem som en "klenod", vilket ytterligare ökar varans värde för kunden.





## Kundtyp:

14-års grabb som sparat ihop till en "riktig utrustning".

**K:** Jag skall ha ett spjusspö och en rulle.

**F:** Är det något speciellt fiske du är road av? Var skall du fiska?

**K:** Jag skall ta gädda borta i Sundet. Jag har rott drag med en kamrat tidigare och vi fick flera stycken förra veckan.

**F:** Ja, men det var väl skojigt, då skall vi se om vi kan finna några bra grejor åt dig. Hur mycket pengar har du?

**K:** Ja, 65 kronor — det där spöt skulle jag gärna vilja ha.

**F:** Ja, det är ett mycket bra spö. Men jag skall ge dig ett gott råd. Det lönar sig bättre att ta ett enklare spö och hellre lägga några kronor mer på rullen. Det är ju rullen det först och främst hänger på, ser du. (Provar ett spö i handen och lämnar det till pojken.) Där har du ett mycket bra spö, känn på det.

**K:** Men kommer det inte att brytas lätt om det är så billigt?

**F:** Inte alls. Det här spöt är av massiv glasfiber och oerhört starkt. Det låga priset beror i första hand på ett enklare utförande. Prova också detta — det är något dyrare.



*F. har tagit reda på hur mycket pengar pojken har. Han gör ett överslag och kan snabbt och bestämt leda kunden in på rätt prisklass.*

*Enkelt och okomplicerat förmedlar F. sin varukunskap till pojken.*



- K:** Jag tycker de verkar lika.
- F:** Vi kan ju titta på rullarna. Om du tar det där första spöt som bara kostar 13:75, så har du råd med en verkligt fin rulle. Den här har centrifugalbroms som förhindrar backslag precis som på Ambassadeuren, som kostar 120 kronor, och ändå kostar den bara 39 kronor.
- K:** Men om jag tar det andra spöt jag provade, vad kostar det?
- F:** 17:75.
- K:** Finns det en rulle, som är litet billigare?
- F:** Då har vi den här till 21:50. Det är också en mycket bra rulle, men jag skulle råda dig till att ta den första. Ett finare spö kan du köpa dig sedan någon gång.
- K:** Ja, då tar jag den som kostar 39 kronor.
- F:** Här har du en lina som passar just för din rulle. Den kostar 5:50 för hundra meter. Öva dig nu först i att kasta innan du ger dig ut. Om du tröttnar på Sundet så prova en gång Lilltjärnet i Byskogen — det finns gott om gädda där.
- Där fiskade jag senast i söndags. Det gäller att ta dem innan de sticker ut på djupet, nu när det blir varmt i vattnet.
- K:** Det där med Lilltjärnet låter kul.
- F:** Så skall vi väl hitta ett bra bete åt dig.
- K:** Ja tack, räcker pengarna till en wobblers?
- F:** Ja, det gör det och jag tycker du skall försöka den här "Hi-Lon", som med skeden kan ställas in för olika djup.

*Kännedom om varan (centrifugalbromsen, som finns hos båda rullarna) hjälper försäljaren att låta den billiga rullen stiga i värde.*

*F. har ingående lokalkännedom. Han följer med i säsongsutvecklingen och känner till fiskarnas skiftande vanor.*





## Junior och sportfisket

I vårt land finns det oändliga möjligheter att komma i kontakt med vatten — åar, tjärnar, insjöar eller havskuster, där ungdomarna kan ströva omkring med sina fiskeredskap.

Det är just denna uppväxande generation som skall bli din nya kundkrets.

Därför gäller det att stimulera ungdomarnas intresse. En dag står de där kanhända med näsan mot rutan och tittar på härligheten i skyltfönstret. En annan dag har du dem framför disken med några hopsparade tior i handen.

Tu väl emot dem — lika väl som om de vore vuxna kunder. Hjälp dem att välja bra och prisbilliga grejor.

Visa intresse för hur de bedriver sin hobby. Ge dem tips och råd och låt dem förstå, att även du då och då har problem att fundera över beträffande den ädla fiskekonsten.

Detsamma gäller föräldrar som kommer in för att köpa fiskeutrustning åt den unge hoppfulle. Gå in för att rekommendera lämpliga grejor. En fiskeutrustning behöver inte kosta så förfärligt mycket, men understryk att just för "junior" behövs robusta redskap och att valet av prisbillig utrustning inte får ske på bekostnad av kvaliteten. I så fall kan fiskaren snart förlora intresset.

Låt junior bli affärens speciella favorit.

## Kundtyp:

Representant för goda vänner, som samlat ihop till en 40-årspresent.

**K:** Jag skulle vilja titta på några lämpliga fiskegrejor, som en present till en god vän. Vi är några stycken som samlat ihop till honom.

**F:** Har han fiskat tidigare?

**K:** Ja, han fiskar nog en del ute på sitt sommarställe utanför Grisslehamn.

**F:** Då blir det alltså i skärgården som han huvudsakligen fiskar. Då har han väl redan en spinnutrustning.

**K:** Ja, det har han, en Ambassadeur.

**F:** Då är han ju verkligen förnämligt utrustad för spinnfiske och vet vad bra grejor betyder.

**K:** Ja, men han har tänkt resa upp till fjällen under semestern.

**F:** En flugutrustning vore kanske lämplig? Vet ni om han fiskat med fluga tidigare?

**K:** Nej, det har han inte, men han har faktiskt ofta talat om att han skulle ha lust med det.

**F:** Då skulle jag vilja rekommendera en mycket bra sak. Det här spöt är nämligen kombinerat för flug-, haspel- och spinnfiske, (prövar spöt i handen och räcker det till kunden) känn bara vad välbalanserat det är, faktiskt en



*F. förstår genast, att det här rör sig om en kräsen sportfiskare. Genom att trycka på, att vännen också har känsla för kvaliteten, lägger han grunden till det fortsatta försäljningssamtalet.*

sensation när det gäller all slags fiske med lätta beten.

**K:** Jag har en känsla av att kombinationsspön inte är så lyckade.

**F:** Så, det kan väl också hända ibland, men det här spöt, det är en verklig kvalitetsvara. Här har fabriken just tagit upp problemet allround-fiskaren. Det kan vara mycket obekvämt att ha med flera spön, särskilt förs'ås i fjällen.

**K:** Vad kostar det?

**F:** 95 kronor och med hänsyn till användbarheten och kvaliteten är det utan tvekan billigt.

**K:** Vi har räknat att det hela får kosta 160: —, men han behöver förstås också en bra flugrulle.

**F:** Ja, det är klart (lägger fram några).

**K:** Den här ser flott ut.

**F:** Ja, det där är en verklig toppsak och den kan inställas för vänster- och högerhandsvevning.

**K:** Men den kostar väl en hel del?

**F:** 63 kronor.

**K:** Vad kostar den här då?

**F:** Den kostar 28 kronor och är mycket bra. (Det blir en lång paus, kunden är tydligen villrådig och behöver hjälp.) För flugfiske är man ju heller inte så beroende av finesser som vid spinnfiske. En fördel med den här rullen är att man lätt kan ta loss spolen ur stativet.

**K:** Ja tack, då tar jag nog den.

**F:** Till det här spöt behöver han en HCH-lina — och här har vi lämplig backning.

**K:** Tack, det låter bra.

**F:** Ett bra sortiment flugor och några tafsar skall vi väl också ha med? . . .



*Tack vare att F. kan flugfiske har han tillräcklig säkerhet att övertyga kunden. Han påpekar även en finess hos den enklare rullen — bevis på varukunskap!*

*F:s säkra varukunskap spar onödiga, tidsödande diskussioner.*





## Föreslå något annorlunda

Man blir så lätt en vanemänniska. Det gäller även den som arbetar bakom disken — man har liksom ett standardsortiment som man rekommenderar sina kunder.

Men just den som dagligen kommer i kontakt med kunder med de mest olika behov måste kämpa hårt mot frestelsen att falla för sådant vanetänkande. Det gäller att tänka sig in i den enskildes problem och att variera rekommendationerna. Tänk igenom kundens situation. Ge honom individuell behandling. Det smickrar honom och gör honom till *din kund*.

### Hjälp kunden att bestämma sig

I den situationen vi just behandlat hade behövts endast en liten puff

från försäljarens sida för att kunden skulle köpt den dyrare rullen. Men försäljaren fattade att kunden trots sin stora förtjusning i den dyrare rullen inte gärna ville överskrida det belopp som kamraterna kommit överens om.

Men situationen kunde varit annorlunda. Om det t. ex. funnits gott om pengar, men kunden hade ansett, att jubilaren inte behövde en finare rulle. Då fick man inte glömma att just påpeka glädjen av att äga en riktigt fin sak och det stora nöjet av att ge bort en så förnämlig present. Liksom jägaren med stolthet hänger upp bössan på väggen, fast han inte alltid är någon särskilt aktiv jägare, finns det många fiskare, som med förtjusning tittar på sin fina fiskeutrustning och trivs med att *äga* den.

### Kundtyp:

Irriterad fiskare, som inte fått vad han frågat efter.



**1**

**K:** Jag skall be att få några Falsterdrag.

**F:** Det har vi tyvärr inte i lager.

**K:** Det var dåligt. Det är ett mycket vanligt drag. — Adjö.

**F:** Tack, tack.

**2**

**K:** Jag skall be att få några Falsterdrag.

**F:** Nej, Falsterdragen har vi faktiskt gjort oss av med för länge sedan. De var inte alls bra.

**K:** Det var konstigt — jag får aldrig så mycket som på Falsterdragen.

**F:** Det är ni nog ganska ensam om — det är ju ett alldeles gammalmodigt drag.

**K:** Struntprat, adjö.

**3**

**K:** Jag skall be att få några Falsterdrag.

**F:** Falsterdrag (spelar litet osäker och frågar hövligt) Hur var det nu det såg ut?

*F. gör det misstaget att han genom sin negativa inställning ökar kundens irritation och missnöje.*

*F. vet mycket väl att Falsterdragen inte finns längre men genom sin fråga har han redan börjat dämpa kundens irritation.*

- K:** Det är ett stort skeddrag —  
koppar är faktiskt det som jag  
tycker mest om.
- F:** Ja visst ja, nu kommer jag ihåg  
det, men jag är mycket ledsen.  
Tyvärr tillverkar inte fabriken  
Falsterdraget längre.
- K:** Det tycker jag är dåligt — det  
är ju ett utmärkt drag.
- F:** Jaså ni tycker det är ett särskilt  
bra drag — det är intressant att  
höra.
- K:** Ja, för gädda är det alldeles  
utomordentligt.
- F:** Då skulle jag vilja rekomen-  
dera... draget — ett skeddrag,  
som påminner mycket om Fals-  
terdraget.

*Genom att visa intresse för kunden, lyckas F. hålla försäljnings-  
samtalet igång.*





## Att sälja är inte att expediera

Man kan ha olika uppfattning om önskekunden. En sådan frågar inte efter varor, som har gått ut ur sortimentet eller som inte finns i lager. Han skall inte ha en modern rulle som passar till hans 30-åriga spö. Han har inte särskilt ont om pengar. Han är inte ovänlig eller grälsjuk och klagar inte på affärens service.

Men mycket få kunder är önskekunder — alla de här besvärligheterna måste du räkna med att möta varje dag. Det är något som en bra försäljare inte bara måste finna sig i, utan det är hans uppgift att även söka lösa problemen till fördel såväl för kunden som för affären.

Kunden blir knappast glad om han måste gå från den ena affären till den andra för att få tag i en gammal favorit. Ge honom ett bra alternativ i stället. Men se först till att få honom på gott humör genom att intressera dig en smula för denna hans favorit. Visa honom att du

är ledsen för, att du inte kan erbjuda honom det han begär.

Sedan gäller det att snabbt få honom att intressera sig för någonting annat, annars är han kanske på väg ut ur affären innan du ens vet ordet av.

I sådana fall är demonstrationen till ovärderlig nytta — den väcker intresse hos kunden och binder honom kvar vid disken och ger försäljaren en extra chans.

Givetvis kan det hända även i den bästa affär, att man inte har det som kunden frågar efter. Men försök ändå att erbjuda honom något som kan intressera. (Men absolut inte påprackning.) Har dock kunden en bestämd önskan om att få köpa en viss vara — gör då alla ansträngningar för att skaffa den åt honom. Konkurrenten kan också ha en bra och trevlig affär och det kan lätt bli en vana att köpa hos honom i stället.



### Kundtyp:

Äkta par, där maken just bestämt sig för ett nytt spö. Frun har passivt följt med under samtalets gång och tittar på ett spö på disken.



**F:** Har inte frun också lust att känna på ett spö?

**Frun:** Nej, det är nog min make som är fiskaren i familjen.

**F:** Men det är väl synd att frun inte delar hans intresse så roligt som det är att fiska.

**Frun:** Jag försökte faktiskt med min makes spö för några år sedan. Men det gick inte alls bra. Jag trasslade bara till linan och sedan dess har han inte tyckt om att låna bort det.

**F:** Numera är det ingen konst att fiska. Det hänger mest på rullen. Och under de senaste åren har fabrikanterna fått fram så lätthanterliga och pålitliga rullar att det helt enkelt inte kan uppstå backslag och lintrassel.

**Maken:** Jag försäkrar er att min fru kan trassla till det ändå.

**F:** Titta t.ex. på den här ABUMATIC-rullen (visar för båda, men koncentrerar sig mest på maken). I princip gör man likadant, som när man kastar en sten. Utlösningssknappen trycks ned med tummen så att linan frikopplas. När spöt med

*F. räknar alla besökande i affären som möjliga kunder — inte minst damerna.*

*F. kan de olika rulltyperna och erbjuder därför den idealiska rullen för en dam.*

*F. går snabbt över till demonstration och vänder sig mest till den som är svårast att övertyga.*

accelererande rörelse förs fram-  
åt lyfter man tummen och be-  
tet susar iväg. Det finns ingen  
som helst risk för backslag.  
Dessutom är den väldigt elegant.

**Fru:** Det där ser faktiskt förfär-  
ligt lätt ut. Tror ni verkligen att  
jag kan få fisk med den också?

**F:** Finns det bara fisk i vattnet  
så... Träna några gånger på  
land först t. ex. på en äng, så att  
ni får in kasttekniken.

**Maken:** Om du skall börja fiska  
kan du väl använda mina gamla  
grejor?

**F:** Men vore det inte roligare för  
frun att få en ny utrustning.  
Man behöver inte alls vara en  
sådan expert som er man för att  
fiska med den här utrustningen.

**Maken:** Dessutom finns det inga  
kvinnor som fiskar och det visar  
väl att det inte är någon särskilt  
lämplig sport för dem.

**Fru:** Man läser då ständigt om i  
tidningarna numera att damer  
som intervjuas har sportfiske  
som hobby.

**F:** Det är nog riktigt — vi får fak-  
tiskt fler och fler damer bland  
våra kunder. Det är ingen tve-  
kan om, att sportfiske är på väg  
att bli en mycket populär sport  
även bland kvinnor.

**Maken:** En fluga förstås.

**F:** Det är kanske litet ovant, men  
det har visat sig att många män  
tycker det är trevligt, att deras  
fruar börjat intressera sig för  
deras hobby.

**Fru:** Det vore ju roligt om jag  
också kunde komma med, nu då  
även pojkarna gärna vill ge sig  
ut på fisketurer.

**Maken:** Det är ju klart att om du  
har lust så...

*F. passar på att vädja till kvin-  
nans känsla för vackra saker.*

*F. vill att hon skall lyckas redan  
från början så att hon inte tap-  
par intresset.*

*F. smickrar maken en smula.*

*Sportfiskarens fru i telefon:*

*"Jag fick följa med Anton  
på fisketuren i dag — för  
första — och sista gången.  
Jag gjorde allting fel. Jag  
pratade för högt, kastade  
för dåligt och vevade in  
för snabbt och så fick  
jag massor av fisk — och  
Anton fick inte en enda!"*



## Kvinnan bakom allt

För varje år ökar antalet sportfiskare i vårt land. Allt fler upptäcker glädjen av den spännande "fighten" med en nyckfull fisk och friluftslivet man får på köpet.

Men varför måste fiskaren just vara en man? Varför skall kvinnan i bästa fall få tjäna som roddare åt maken, eller alltid vara den, som är så bra att ha till hands när det gäller att bereda fångsten? Är det någonting som säger att inte kvinnan behöver den förströelse och avkoppling, som sportfiske ger? Är det för svårt? För tungt? Nej och åter nej.

Glädjande nog visar utvecklingen en tendens i rätt riktning och en hel del kvinnor har redan fattat sportfiskets tjusning. "Damfiske" är alltså på väg uppåt.

Du kan ge ett betydande bidrag. Ökad omsättning och kundens glädje över en ny och givande hobby blir resultatet.

Hur ofta kommer inte en fru in i affären tillsammans med sin man, sportfiskaren. Försunna inte chansen att få prata med henne, leka fram lusten hos henne att själv skaffa sig ett spö. Appellera till spänningen, glädjen över att kunna dela makens hobby, sundheten, fåfängan och stoltheten.

Låt henne prova spöt och själv konstatera hur lätt det känns i handen och tjusas av dess smidiga linje och av de moderna rullarnas vackra formgivning. Visa henne hur lätt det är att handskas med dem. Gör henne intresserad när du och maken väljer beten — berätta gärna litet om hur de lockar fisken.

Då lyckas du kanske ändra hennes föreställning om sportfiske. Det rör sig inte längre om husmorsjobb och ett knippe stela fiskar utan en helt ny och sagolik värld, som hon kan få glädjen att dela med sin make.

## Kundtyp:

### Torskfiskare

**K:** Jag skulle vilja ha några stycken Glimmydrag.

**F:** Javisst, varsågod — de finns här — var skall ni fiska?

**K:** Jag skall till Västkusten ett tag. Jag var där även i fjol höstas och Glimmydraget var avgjort det bästa.

**F:** Vilken färg använde ni då?

**K:** Silver för det mesta och de tyngsta förstås. Låt mig få två i silver.

**F:** Ja tack — har ni förresten försökt Kosterdraget? Det är en nyhet som visat sig enastående bra. Det är lättkastat även i motvind och det behövs minsann vid kusten.

**K:** Jaså — det låter bra — jag tar väl ett sådant.

**F:** När ni har två silverdrag kanske ni skulle ta kosterdrag i zebrafärg då, (till en kollega som står bredvid) eller hur Sigge, du har ju själv provat Kosterdraget på västkusten — vad tyckte du var bäst?

**Sigge:** Jag varierade mellan zebra och silver — det ljusa silverdraget när det var mörkt och zebra draget på dagarna.

**K:** Då tar jag väl ett av vardera.



*Här känner F. väl till varan och vet vad som krävs under de förhållanden, som är aktuella.*

*Obs! Merförsäljning!*





## Samarbejde bakom disken

Det skall vara roligt att köpa. Och just när det gäller sportartiklar skall den härliga känslan av semester och friluftsliv slå emot en med detsamma man öppnar dörren till affären. Den där speciella trivseln beror först och främst på var och en av medarbetarna. Tonen kan vara litet friare, mer öppen och kamratlig än vad som är vanligt i andra affärer.

Alla som arbetar bakom disken bör naturligtvis informera varandra om erfarenheter, som de själva gjort med olika artiklar t. ex. ett speciellt drag, ett spö, en lina osv.

Men samarbetet mellan kollegorna bör även vara så bra, att ingen anser det dumt eller försmädligt att

då och då under ett försäljningsamtal med en kund rådgöra med en arbetskamrat eller chefen — ifall man vet att denne har bättre kunskap om en speciell sak än man själv. Likaså bör man på ett smidigt sätt kunna blanda sig i andras försäljningsamtal, förutsatt att man har något att säga, som är av värde för kunden. Var även generös! Behåll inte goda tips eller upptäckten av en effektiv försäljningsidé för dig själv. Men var heller inte för stolt för att ta emot goda och välmående råd. Kom ihåg, att det är det gemensamma resultatet, som betyder något. *Visa god sportanda när du säljer sportartiklar!*

## Kundtyp:

### Torskfiskare

**K:** Jag skulle vilja ha några stycken Glimmydrag.

**F:** Javisst, varsågod — de finns här — var skall ni fiska?

**K:** Jag skall till Västkusten ett tag. Jag var där även i fjol höstas och Glimmydraget var avgjort det bästa.

**F:** Vilken färg använde ni då?

**K:** Silver för det mesta och de tyugsta förstås. Låt mig få två i silver.

**F:** Ja tack — har ni förresten försökt Kosterdraget? Det är en nyhet som visat sig enastående bra. Det är lättkastat även i motvind och det behövs minsann väl kusten.

**K:** Jaså — det låter bra — jag tar väl ett sådant.

**F:** När ni har två silverdrag kanske ni skulle ta kosterdrag i zebrafärg då, (till en kollega som står bredvid) eller hur Sigge, du har ju själv provat Kosterdraget på västkusten — vad tyckte du var bäst?

**Sigge:** Jag varierade mellan zebra och silver — det ljusa silverdraget när det var mörkt och zebra draget på dagarna.

**K:** Då tar jag väl ett av vardera.



*Här känner F. väl till varan och vet vad som krävs under de förhållanden, som är aktuella.*

*Obs! Merförsäljning!*



## Samarbete bakom disken

Det skall vara roligt att köpa. Och just när det gäller sportartiklar skall den härliga känslan av semester och friluftsliv slå emot en med detsamma man öppnar dörren till affären. Den där speciella trivseln beror först och främst på var och en av medarbetarna. Tonen kan vara litet fria-re, mer öppen och kamratlig än vad som är vanligt i andra affärer.

Alla som arbetar bakom disken bör naturligtvis informera varandra om erfarenheter, som de själva gjort med olika artiklar t. ex. ett speciellt drag, ett spö, en lina osv.

Men samarbetet mellan kollegorna bör även vara så bra, att ingen anser det dumt eller försmädligt att

då och då under ett försäljningssamtal med en kund rådgöra med en arbetskamrat eller chefen — ifall man vet att denne har bättre kunskap om en speciell sak än man själv. Likaså bör man på ett smidigt sätt kunna blanda sig i andras försäljningssamtal, förutsatt att man har något att säga, som är av värde för kunden. Var även generös! Behåll inte goda tips eller upptäckten av en effektiv försäljningsidé för dig själv. Men var heller inte för stolt för att ta emot goda och välmående råd. Kom ihåg, att det är det gemensamma resultatet, som betyder något. *Visa god sportanda när du säljer sportartiklar!*

## Kundtyp:

### Kund som köpt drag

**K:** ... Låt mig få två av dessa — ett i guld och ett i silver.

**F:** Ja tack, så finns det ett mycket bra drag här — Tylödraget — jag vet inte om ni provat det tidigare?

**K:** Nej det har jag faktiskt inte — jag måste begränsa mig. Det finns gott om drag hemma och det blir så trassligt med alla krokarna.



**F:** Då skulle ni säkert tycka om den här lilla lådan för drag. Den är praktisk att ha i fickan och så slipper ni alla lösa krokar.

**K:** Det var ett bra förslag — låt mig få en sådan.

**F:** Ja tack.

**K:** Det är faktiskt riktigt länge sedan jag var ute nu — det skall bli roligt att ta ett nappatag med gammalgäddan igen.

**F:** Hur är det, ni har väl en extra lina?

**K:** Nej, det har ni rätt i — det bör jag nog ha — låt mig få en lina också ... jag brukar använda ...



## Kundtyp:

Man har samlat till en present och köpt fiskentrustningen. Det blir en tia över.

**F:** Det blir precis 90 kronor.

**K:** Det är bra, då kan vi köpa en blomma för den sista tian.

**F:** Hur är det, känner ni till om er gode vän har någon fiskväg?

**K:** Det tror jag inte, men ...

**F:** Då har vi en mycket trevlig sak här, som sportfiskarna brukar tycka mycket om. Den väger fisk upp till 6 kg och man kan mäta upp till en meter.

**K:** Det var ju rätt kul.

**F:** Ja, och den är väldigt lätt och tar nästan ingen plats.

**K:** Jag tror faktiskt jag tar den — min vän brukar ta i ganska hårt när han beskriver fångsten.

**F:** Då vore det väl roligt om ni kanske kunde bifoga en liten humoristisk hälsning på den.

**K:** Tack för tipset, det skall jag verkligen tänka på.





### Kundtyp:

Rutinerad fiskare har just köpt några smådrag för öringfiske i Lappland.

**K:** Jag tar de här fem.

**F:** Ja tack — och det är inget, som ni har glömt?

**K:** Nej, mer var det visst inte.

**F:** Ni har väl en extra lina med er?

**K:** Nej vet ni, vi talade om det, min kamrat och jag, att det hade vi faktiskt glömt båda två — låt mig få en.

**F:** När ni strövar omkring var för sig, är det väl säkrast att ni har en Abulonlina var.

**K:** Det är nog bäst, då säger vi två i stället . . .

**F:** Och myggolja måste ni väl ha uppe i fjällen?

**K:** Ja, det var så sant, annars kan ju hela semestern bli förstörd.

## Merförsäljning —Serviceförsäljning

Förmågan att klara av en merförsäljning på ett trevligt sätt fordrar en hel del rutin. Men framför allt gäller det att man kan sätta sig in i kundens situation, t. ex. tänka igenom, hur han skall använda varan, som han just köpt.

Det gäller att ta vara på alla upplysningar, som kunden ger — många av dem kanske helt omedvetet. Upplysningarna är som pusselbitar, som du fogar ihop. Och med några få frågor kan du fylla i de felande bitarna.

Dragasken, extra-linan och fiskvägen är typiska exempel på hur merförsäljning kan vara serviceförsäljning — där kunderna verkligen haft orsak att sätta värde på påminnelsen.

Men någon tycker kanske att de *två* linorna var nästan ett fräckt förslag — precis som man inte skulle vara tacksam för att få en såld.

Där kommer vi just in på en viktig sak. Varken köp eller försäljning skall vara fråga om någon sorts välgörenhet utan helt enkelt en gemensam förtroendesak mellan köpare och säljare, där båda i någon grad är beroende av varandra.

Försäljarens förslag om de två linorna visade endast, att han verkligen tänkt sig in i kundens situation.

Ju mer vi ser och lägger märke till av det som sker omkring oss, och ju mer vi lägger manken till för att föreställa oss olika situationer — desto roligare och intressantare blir tillvaron för var och en. För dig som försäljare kan en sådan förmåga även räknas i klingande mynt.



## Kundtyp:

Västskustfiskaren som köpt en del utrustning till semestern.

K: Ja, tack så mycket då.

F: (medan han packar in grejorna)  
Vi har förresten fått in en mycket bra spinnlina, som är en nyhet — ABULON signallina heter den. Den är särskilt stark och har mycket låg elasticitet. Dessutom kan man få den i rätt linmängd.

K: Den skulle jag nog behöva någon gång, fast inte nu.

F: Men kom ihåg det nästa gång ni behöver en lina — den är ju utomordentligt lämplig även för er, som är torskfiskare...

K: Ja, det kan vara bra att veta...



*Butiken tom — det finns tid över att informera.*

## Uppllysning en viktig säljåtgärd

För den som har fiske till hobby gäller besöket i sportaffären inte bara de saker han behöver just för ögonblicket. Han vill även ha uppllysningar om utvecklingen i allmänhet. Finns det t. ex. några nyheter — bra, praktiska eller roliga grejor — som han kanske inte sett?

Stort eller smått, det spelar ingen roll. Och det kanske inte alltid behöver vara den *allra senaste nyhe-*

*ten* som intresserar honom.

I många fall kan en sådan service leda till merförsäljning. Den kan också röra sig om ren uppllysningsverksamhet, som samarbetar med de övriga försäljningshjälpmedlen: annonsering, skyltning, etc. Kunden får hålla i grejorna, titta på dem och känna vad de går för. Troligen kommer han åter vad det lider för att köpa.

## Kundtyp:

Rutinerad fiskare, som köpt en ny fluglina.

- F: Ni är kanske intresserad av att se de nya flugmönstren som vi just fått in (hämtar lådan).
- K: Gärna... Jaså, den där känner jag till, en Butcher.
- F: Just det och här har vi en Teal and Red.
- K: Den verkar mycket bra — men jag skall i alla fall inte ha någon just nu (provar ett haspelspö, som ligger på disken). Vad kostar det här spöt?
- F: 65 kronor — det är ett haspelspö med mycket bra toppaktion.
- K: Ja, det känner jag.
- F: Men vi har faktiskt fått in ett nytt spö — Safari, som är lätt att transportera, variabelt från 5—6 fot och som dessutom har teleskopiskt chuckhandtag. Ni har väl som regel flera olika spön med er när ni fiskar både med fluga och haspel?
- K: Ja, jag har läst om det där spöt.
- F: (visar det). Det är ett mycket bra extraspö. När det är isärtaget är det endast 54 cm långt.
- K: Det där låter verkligen intressant, fast jag skall nog inte ha det i år.
- F: Nej det kan vara. Men jag kan absolut rekommendera det.



*F. ger en för kunden viktig upplysning, som också är en värdefull försäljningsötgärd.*



## Kundtyp:

"Fiskeexperten —  
Han som vet alla!"

- K:** Jag skall be att få några vassdrag.
- F:** Skall det vara för gädda?
- K:** Ja, jag skall fiska i Långsjön.
- F:** Långsjön? Ni menar inte att ni brukar få fisk där?
- K:** Jovisst.
- F:** Det var intressant. Då måste ni vara den enda som lyckats få en gädda i det vattnet. Hur bär ni er åt egentligen?
- K:** Jag tar reda på var hon står och så drar jag upp henne.
- F:** Det låter mycket enkelt.
- K:** Nu ja, faktiskt dröjde det ett tag innan jag lärde mig knepet. Och till en början kostade det mig en massa drag. Jämt och ständigt lurade hon mig på ett nytt drag — tills jag upptäckte, att det inte var gäddan, utan ett mycket stort risknippe som var tjuven.
- F:** I den östra delen av sjön lär det ju ligga en hel skog av ditkastade granar.
- K:** Just det — precis ett sådant ställe där man skall söka, om man vill ha fisk. Hon trivs under de där gamla buskarna. Sedan provade jag med olika drag och några av vassdragen är verkligen bra.
- F:** (tar fram lådan med vassdrag) Då är det kanske något som ni särskilt fäst er vid?
- K:** Ja, det här förstår ni är alla tiders. Det här går genom vilken rishög som helst... om man har tur förstås...



*Fullständigt otänkbart — men F. säger inte emot honom, låtsas vara intresserad.*

## Kundtyp:

### Den skieklige fiskaren.



**K:** Jag skall be att få några trippelkrokar.

**F:** Vi har de här olika storlekarna.

**K:** Jag skulle hyta ut krokarna på några drag — den här storleken passar nog bra.

**F:** Har ni fått så stora luringar, att krokarna raknat? }

**K:** Inte precis, men det är viktigt att ha vassa krokar, och saltvattnet tar ju hårt på dem.

**F:** Kan jag inte få fresta med något nytt drag i dag?

**K:** Tack, men jag har nog redan skaffat mig de flesta. Men jag skall fara upp till Fjällnäs nästa vecka, och jag skulle kanske se på ett par små spinnare, de går ju åt där det finns gott om grund.

**F:** Vilken vikt brukar ni använda för fjällsjöfiske?

**K:** Det skall vara riktigt lätta beten.

**F:** Hugger öringen bättre på mindre beten den här årstiden? }

**K:** Ja, jag har gjort den erfarenheten — de här fyra får räcka.

*F. märker att det är en rutinerad fiskare — och försöker att komma i kontakt med honom.*

*F. anar att här finns chans till att få ett bra tips.*

F: Tack, så får vi bara hoppas att öringen är i hugget.

K: Ja, den är ju alltid litet "hårdflirtad", men har man tur så går det säkert att lura några stycken.

*Den riktiga experten märks ofta på sitt försynta sätt att uppträda.*

## Konsten att bemöta "allvetaren"

Ibland vill vi vara allvetare litet till mans. Vi är kanhända inte riktigt på humör, är retfulla och påstridiga och har av någon orsak behov av att hävda oss.

Men sedan finns det de som jämt måste hävda sig, såsom den här fiskaren vi just behandlat. Din uppgift är inte att *fostra* sådana kunder utan att *skapa förutsättning för ett försäljningssamtal*.

Säg inte emot, det retar bara. Börja hellre resonemanget i en annan

ända. Smickra honom gärna, så mjuknar han litet. Gör det till en sport att klara av saken så elegant som möjligt.

Bevisa, helst med demonstrationer, att det finns fog för vad du säger. Låt kunden övertyga sig själv genom att pröva. Även om han inte gärna vill övertygas, har du ett gott stöd i den mänskliga nyfikenheten.

Mycken taktfullhet och litet skädespel kan ge dig många trogna kunder. Och det är saken väl värd.

## Lär dig av kunden - fiskeexperten

Den riktiga sportfiskaren och experten hör till affärens viktigaste kunder. Det beror inte endast på vad han köper utan på alla de intressanta erfarenheter en sådan fiskare gjort. De kan vara mycket värdefulla för försäljaren att känna till.

Vi vet ju hur svårt det är att få folk att prata. Detta gäller även vår vän sportfiskeexperten. Var dock inte rädd för att fråga. Även

den mest inbundne bland dem är troligen svag för publik och tar gärna risken att bli avlockad ett och annat särskilt finurligt knep som han kan ha på lager.

Ta varje tillfälle i akt att prata med dessa kunder. Fråga gärna om olika fiskeproblem, som du funderat på.

Att sedan dina övriga kunder i sin tur delges dessa upplysningar är självfallet.

### Kundtyp:

En som skall välja mellan spön i två prisklasser. Vill helst välja det dyrare, men tycker det lägre priset passar honom bäst.

**K:** Och ni anser alltså att detta är ett bra spö (känner på det billigare spöt).

**F:** Absolut. — Det är det populäraste spöt i prisklassen.

**K:** Men det är ju ganska stor skillnad i priset på de här två spöna. Då måste ju det billigare vara sämre.

**F:** Man kommer naturligtvis inte ifrån, att det är en viss kvalitetskillnad. Ett spö skall man ju ha glädje av länge.

**K:** Det är förstås sant.

**F:** Och det är ju alltid roligt att äga ett verkligt flott spö, — och det är ändå inte det dyraste...



*F. märker att kunden vill ha det dyrare spöt. Utan att nedklassa det billigare framhåller han fördelarna med det dyrare spöt. Genom att påpeka att det "ändå inte är det dyraste" försäkrar han kunden att denne gör ett förnuftigt köp.*

### Kundtyp:

En pratsjuk kund som har svårt att bestämma sig.

**K:** Jaaa...

**F:** Då har vi alltså kommit överens om den här typen (väntar inte på kundens svar, utan går vidare, ger råd om smörjning).

**K:** Det ser ju enkelt ut.

**F:** Och eftersom det i huvudsak kommer att röra sig om grövre gäddfiske — tar vi väl en lina 0,40 mm.

**K:** Tack, det låter bra.

*F. tar initiativet och låtsas att kunden beslutat sig. Denna kundtyp är ofta tacksam för en sådan hjälp. Givetvis måste steget göras med smidighet och avvägning.*



### Kundtyp:

En som håller på att misströsta därför att han sällan får fisk (har kommit in för att se på några spinnbeten)

**K:** ... Om sanningen skall fram, så har jag knappast fått någon fisk, sedan jag började för ett par år sedan. Och då måste det väl vara betena, som det är fel på?

**F:** Det är en spinnutrustning ni har, förstås?

**K:** Det är det. Jag köpte spöt här hos er för ett par år sedan.

**F:** Och vad är det för sorts rulle?

**K:** En gammal spinnrulle som jag haft liggande i många år — tyvärr krånglar den ganska ofta.

**F:** Då skulle jag vilja föreslå att ni köper en ny rulle.

**K:** Kan det vara nödvändigt?

**F:** Om redskapen krånglar så blir chansen att få fisk strax mycket mindre.

**K:** Då beror det väl snarare på att jag inte kan fiska.

**F:** Det kan vara mycket svårt att kasta med en rulle, som inte är fullt i ordning — men med den här typen t. ex. (visar en rulle med centrifugalbroms) kastar ni lätt och utan ansträngning. Då kan ni göra flera kast än



*F. visar prov på god service när han försöker få kunden att berättat vad som krånglar.*

*F. leder elegant kundens känsla av att han har misslyckats som fiskare.*

med den gamla rullen. Och ju fler kast ni gör desto fler chanser finns det ju att få napp.

**K:** Men det brukar ju ofta bli svårare att använda grejorna ju fler finesser det finns på dem.

**F:** Tack vare centrifugalbromsen kan ni genom att använda större eller mindre bromsvikter . . . .

**K:** Det låter bra.

**F:** Ja, det är verkligen förnämliga saker. Och den har dessutom spole av lättmetall, med minimal självrotation, som bidrar till långa, bäckslagsfria kast.

**K:** Själva kasttekniken är den annorlunda än med en gammaldags rulle?

**F:** Det är den inte — det hela är bara mycket lättare. Men jag

skulle faktiskt råda er att öva kasten litet på landbacken först. Finessen är ju att kunna lära sig att placera betet precis där man vill ha det, t. ex. mellan två vassruggar.

**K:** Vad kostar den här rullen?

**F:** 39 kronor.

**K:** Finns det ingen billigare av samma typ?

**F:** Det gör det tyvärr inte. Och jag rekommenderar att ni tar en svensk kvalitetsrulle. Det lönar sig.

**K:** Ja tack, då tar jag väl den . . .

**F:** Jag har förresten ett par synnerligen fina tips för söndagsturen. Ni skall fara till Lötsjön — där brukar det gå fin abborre så här års.

## Varför får han sällan fisk?

Det finns en hel del friluftsmännskor, som tycker om att ströva runt med sitt spö, men som sällan får ett napp. Vad kan detta bero på? Är det tålmodet, ambitionen eller koncentrationsförmågan som fattas? Är det fel utrustning eller fel teknik?

Det kan hända den bästa. För många är det en naturlig sak att be om hjälp. Andra kan tycka det är genant att behöva medge ett misslyckande. Återigen ställs det stora

krav på försäljarens finkänslighet och att han är omtänksam och taktfull.

Det finns utomordentliga chanser för affären att visa god service mot denna speciella kundkategori. Be dem gärna ta med utrustningen och försök finna ut, var felet kan ligga. Föreslå lämpliga ändringar. Kom ihåg att intresse och uppmuntran är en viktig del av utrustningen — viktig även för affärens goda rykte.

### Kundtyp:

Upprörd fiskare, som klagar över ett dåligt spö.

#### 1

- K: Det här spöt kan ni få tillbaka.  
F: Jaså, var det inte bra?  
K: Bra — titta på den här toppen — den gick av första gången.  
F: Det där är nog slarv från fabriken, som vanligt.  
K: Ja, här tycks regeln vara: Ju sämre varor desto högre priser.  
F: Ja, det är alldeles hopplöst.

#### 2

- K: Det här spöt kan ni få tillbaka.  
F: Vad nu då?  
K: Titta på den här toppen. Den gick av när jag första gången använde det.  
F: Då måste ni ha fiskat alldeles på tok. Ni borde väl veta så pass, att ett spinnspö inte är någon lyftkran.

#### 3

- K: Det här spöt kan ni få tillbaka.  
F: Är ni missnöjd med det, det var väl tråkigt. Vad har hänt?  
K: Jag köpte det hos er för några veckor sedan — det kommer ni väl ihåg. Och titta som det redan gått av i toppen. Tycker ni det tyder på kvalitet?



*Skylt inte på fabriken. Det är ingen ursäkt för affären.*

*Naturligtvis skall man inte snoppa av kunden även om han klagat.*

*F. avleder kundens missnöje och börjar föra in samtalet i andra banor.*

- F:** Nej, det var inte roligt — det måste vi undersöka närmare.
- K:** Jag vill naturligtvis ha pengarna tillbaka.
- F:** Detta skall vara ett mycket bra spö. Och jag beklagar verkligen att ni haft sådan otur. Såvitt jag kan avgöra kan det bero på ett fabriktionsfel, men...
- K:** Det förbättrar väl inte saken.
- F:** Nej, jag förstår att det här var förargligt för er och jag skall omedelbart ta kontakt med fabriken och göra mitt yttersta för att saken skall ordnas på bästa sätt.
- K:** I alla fall vill jag ha ett nytt spö, den saken är klar.
- F:** Men låt mig notera några rader här med detsamma om hur det gick till, så att jag kan tala om

det för fabriken. Ni tror inte att spöt kan ha legat så att någon kan ha råkat trampa på det? Det kan ju så lätt hända, när man är ute på en fisketur.

**K:** Nej, det är uteslutet.

**F:** Och ni har naturligtvis endast använt spöt själv.

**K:** Ja... Utom grabben förstås...

**F:** Kan ni komma ihåg när det gick av?

**K:** Ja, det var just häromdagen.

**F:** Och det är ca 1 månad sedan ni köpte det?

**K:** Det stämmer.

**F:** Näväl, i alla fall skall jag ordna saken så bra som möjligt. Om jag kunde få ert telefonnummer så kan jag kanske ringa om ett par dagar.

**K:** Ja tack, det vore snällt...

## När kunden inte är nöjd

Fabriktionsfel kan inträffa — hur hårt fabrikanterna än arbetar på att undgå det. Men hur oändligt mycket oftare händer det inte att konsumenterna förstör sina saker genom slarv eller bristande kunskap, om hur de skall skötas. Sedan kommer de tillbaka till affären och talar om "fabriktionsfel".

Reklamationer hör till de svårare serviceproblemen. Vare sig kunden har rätt eller inte fordras det en hel del takt och finkänsla. Lugn, saklighet och intresse för kundens problem är även förutsättningen för ett bra resultat. Vem som har

fel är inte så väsentligt. Huvudsaken är att man blir överens på ett trevligt sätt utan att vare sig fabriken, kunden eller affären "förlorar ansiktet".

Skyll inte omedelbart på fabriken (ex. 1) eller på kunden (ex. 2). Det är inget vidare rekommenderande... för affären. Kom också ihåg, att vare sig det är kundens eget fel eller inte — lönar det sig alltid att vara extra generös med servicen. Ty en missnöjd kund är inte bara en dålig kund — utan också en för affären ytterst farlig ryktesspridare.



## Dags för examen

Härmed har du avslutat Svängsta-skolans sista kursbrev. Återstår nu bara ditt examensprov. Ty naturligtvis vill du gärna ha ett synligt bevis på de kunskaper, som du här målmedvetet gått in för att skaffa dig.

Svängsta-skolans diplom får du om du rätt besvarar frågorna i bifogade formulär. Och om du studerat breven noggrant borde frågorna inte vara för svåra.

Dröj inte med att skicka in ditt prov. Gör det nu medan du har kursen i friskt minne — desto snabbare erhåller du ditt diplom och din hedersnål.

Vi tackar dig för det intresse du visat genom att delta i kursen, och hoppas att kursen gett dig många värdefulla upplysningar och synpunkter som du skall få glädje av i ditt dagliga arbete.

Lycka till!

Med hälsningar  
SVÄNGSTA-SKOLAN  
Kursledningen

## Innehåll brev 6

Olika kundtyper .....	2
På tal om priset .....	4
Den bilåkande fiskaren .....	5
Dramatisera gärna .....	5
Junior och sportfisket .....	8
Föreslå något annorlunda .....	11
Att sälja är inte att expediera .....	14
Kvinnan bakom allt .....	17
Samarbete bakom disken .....	19
Merförsäljning — serviceförsäljning .....	22
Upplysning en viktig säljåtgärd .....	23
Konsten att bemöta "allvetaren" .....	27
Lär dig av kunden-fiskeexperten .....	27
Varför får han sällan fisk? .....	30
När kunden inte är nöjd .....	32