



Relationsresan[®] – att strukturerat bygga relationer och skapa affärer

I detta whitepaper beskriver Joakim Särnstedt, VD för Xplan, sina erfarenheter och ger konkreta tips vad du ska tänka på när du vill bygga framgångsrika affärsrelationer

Den som tror att det räcker med social kompetens och att "ta bollen på uppstuds" för att skapa starka affärsrelationer med rätt personer kommer inte att lyckas. Tvärtom – framgångsrika affärsrelationer kräver tydlig målbild, långsiktighet, uthållighet och inte minst struktur och planering. Alla kan bli bättre på att utveckla sina relationer men det kräver i många fall att man lägger sin tid på rätt saker och att relationsbyggandet blir en integrerad del i vardagen.

Att bygga relationer med rätt beslutsfattare och att tidigt komma in i kundens beslutsprocess är för många en stor utmaning. När kunden går ut på en allmän offertrunda är det ofta för sent att komma in i upphandlingsprocessen, eller ännu värre att bli varse upphandlingen först en tid efter att affären är avgjord.

Hur kommer det sig att detta är så svårt? Enligt min mening är det huvudsakliga skälet att man inte arbetat långsiktigt med att bygga relationer med de personer som är involverade i beslutsprocessen. Relationsresan är av strategisk natur och kräver att man succesivt bygger relationen, i många fall under flera års tid.

Skapa naturliga kontakttillfällen

Under relationsresan krävs att man säkerställer kontinuerliga och naturliga "touchpoints" med personen i fråga. Det kan vara ett lunchmöte, en inbjudan till ett kundevent, ett möte i ett gemensamt nätverk, kontakter via sociala media, eller att man skickar info om nyheter som kan vara intressant för personen. Det är denna strukturerade kommunikation som successivt stärker relationen och gör att individen i fråga känner sig alltmer komfortabel med dig som en person i *sitt* nätverk. Det är också denna planering och variation i kontakterna som gör att din existens blir känd, att kunskapen om vad du kan ökar och att du så småningom kan vara ett alternativ.

Omedelbara behov är sällsynta

Misströsta inte om personen i fråga inte responderar på dina kontaktförsök i början. Förr eller senare kommer kunden in i en ny fas när behov av dina lösningar och din kompetens uppstår. Har du då haft en regelbunden dialog över en längre tid så ökar:

- oddsen att du tidigt blir medveten om var kunden befinner sig i sin beslutsprocess, vilket ger dig större möjligheter att påverka beslutsgången
- kundens möjligheter till, och insikt om, att använda dig som en partner på ett helt annat sätt än om du inte hade arbetat strukturerat med din relationsresa.

Det är många gånger genom åren som jag har varit med om att en affär uppstår och blir av på bara ett par veckor. Men detta är ofta en illusion. När man studerar hur relationsresan drivits så är det nästan utan undantag så att den som drivit relationsresan gjort detta under flera år. När sedan kundens behov uppstår så accelererar processen tack vara de två skälen ovan.

Relationsresans tre framgångsfaktorer

För att lyckas med sina relationsresor finns det tre kritiska framgångsfaktorer som man behöver hantera:

- identifiera vilka personer som är viktiga för dig att ha en stark relation med
- din egen planering och struktur
- uthållighet

1. Identifiera vilka personer som är viktiga för dig att ha en stark relation med

Du behöver identifiera maktbasen hos dina kunder och prospekts, dvs de formella och informella beslutsfattare och påverkare som du bedömer kan påverka din relation och affär positivt (och negativt).

Denna process är dynamisk och är ett naturligt löpande inslag i relationsresan. Det kommer att komma till personer över tiden som du vill starta nya relationer med och vissa kommer av olika skäl att gå ned i prioritet, men väldigt sällan upphöra att spela en roll.

Det är av stort värde att ha många relationsresor på gång parallellt. Vill du nå dina affärsmål både på kort och lång sikt så är **antalet** relationsresor en viktig faktor som balanserar upp och kompenserar för ledtiden på desamma. Detta oavsett om du är ansvarig för *en* stor kund eller har hundratals kunder och presumtiva kunder att bearbeta.

2. Personlig struktur och planering

Det är extremt viktigt att du har en tydlig kontroll på respektive relationsresa. Att veta vem, när, varför och hur du ska bearbeta personerna är A och O i ditt relationsarbete. En hygienfaktor är att hela tiden ha nästa steg i bearbetningen klart för sig så att relationsresorna drivs framåt på ett lyckosamt sätt.

Det är därför av yttersta vikt att du har ett enkelt och tydligt uppföljningssystem där du snabbt och enkelt kan gå in och se nuläget, agera på de relationsresor som är mest aktuella och uppdatera systemet. Det får inte vara komplicerat att använda, då är risken uppenbar att administrationen upplevs som ett hinder och en tidstjuv.

En annan framgångsfaktor är att du regelbundet och med lång framförhållning avsätter tid för att strukturerat arbeta med att förflytta dina relationsresor framåt. Sådana tidsblock ger dig möjlighet att reflektera över och prioritera ett arbete som annars lätt nedprioriteras och skjuts på framtiden.

3. Uthållighet

Uthållighet är ett nyckelord för att stärka relationer över tid. Man måste vara medveten om att detta är ett arbete med en strategisk horisont som har stora likheter med ett maratonlopp. Det är lätt att prioritera ner relationsarbetet om man inte snabbt får positiv respons. Alltför många gånger har jag upplevt hur företag har startat sitt prospekteringsarbete med höga ambitioner bara för att några månader senare konstatera att det bara gav x antal kundmöten och få - om ens några - affärer. Slutsatsen blir då ofta att arbetet inte fungerar. Förståelsen för hur och varför man ska arbeta långsiktigt med att bygga relationer, även om det inte direkt genererar en mätbar framgång som t ex ett kundmöte, är central.

Slutsatsen är att den som strukturerat och uthålligt aktiverar och utvecklar tillräckligt många relationsresor, med rätt personer, över tiden, kommer att nå framgång i sitt affärsmannaskap.

OM XPLAN

Xplans vision är att vara den självklara affärsstrategiska partnern till individer, företag och organisationer som uthålligt vill utveckla sin sälj- och affärskompetens.

Som strategisk partner och operativt stöd vässar vi ert affärs- och säljarbete. Genom vår samlade erfarenhet, kompetens och driv får ni helt nya förutsättningar att nå era mål och öka säljeffektiviteten.

Vi skapar framgång när vi hjälper er att gå från Ord till Handling!

Hör gärna av dig till Joakim Särnstedt, VD för frågor och funderingar kring denna text.

Tel: 070-742 14 50

Mail: j.sarnstedt@xplan.se

