



Försäljning enligt Maslow?

Detta är en fristående fortsättning på "Ledarskap enligt Maslow?" och "Företagande enligt Maslow?". Har du inte redan läst de tidigare artiklarna så rekommenderar jag att du gör det innan du läser den här artikeln, det gör hela bilden tydligare. Följ länkarna:

I den första artikeln, Ledarskap enligt Maslow, kopplar jag hans behovshierarki till ett ledarskapsperspektiv; hur kan vi som ledare göra förutsättningarna för våra medarbetare så goda som möjligt om vi tänker som Maslow?

<http://jdu.se/ledarskap-enligt-maslow/>

I min andra artikel, Företagande enligt Maslow, är det företagets behov som jag kopplar till Maslows behovsteorier.

<http://jdu.se/foretagande-enligt-maslow/>

I den här artikeln utgår jag ifrån perspektivet att våra kunder också drivs av behov på olika nivåer och ju bättre vi är att förstå vilka olika behov det rör sig om desto bättre kan vi anpassa vår kommunikation så att kunderna vill handla av oss.

Förutom att olika behov tillgodoses med olika lösningar finns det också möjlighet att erbjuda samma lösning till de olika behoven och då fordras det att vi kommunicerar den lösningen på olika sätt. Jag har lagt till en kolumn med exempel för att göra det tydligare.

Primära behov:

1. Fysiologiska	
Exempel på fysiologiska behov	Exempel på hur "mat" kan presenteras för att tillgodose behovet på denna nivå
Mat och näring, sömn och vila, fortplantning, hälsa.	Hungrig? Hos oss äter du dig mätt!
2. Trygghet	
Exempel på trygghetsbehov	Exempel på hur "mat" kan presenteras för att tillgodose behovet på denna nivå



Säkerhet, rutiner, traditioner, kvalitet, förutsägbarhet, garantier, larm, skyddsutrustning, lås, försäkringar, krockskydd, bäst-i-test.	Osäker på vad du äter? Hos oss får du alltid god och näringsriktig mat som kvalitetstestats i vårt provkök och som fått högsta betyg av våra gäster.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sekundära behov:

3. Gemenskap	
Exempel på gemenskapsbehov	Exempel på hur "mat" kan presenteras för att tillgodose behovet på denna nivå
Delaktighet, tillsammans, laget, umgänge, möten, kommunikation, föreningar, Facebook och andra sociala media, nätverk, after work etc.	Gör som många andra – ta med familj och vänner och ät hos oss: trevlig atmosfär med personlig service.
4. Uppskattning	
Exempel på uppskattningsbehov	Exempel på hur "mat" kan presenteras för att tillgodose behovet på denna nivå
Beröm, feedback, resultat, makt, belöning, "unna sig", resor, SPA-weekend, shopping.	Belöna dig själv – du är värd en riktigt god måltid och hos oss är du som gäst alltid nr 1.
5. Självförverkligande	
Exempel på självförverkligandebehov	Exempel på hur "mat" kan presenteras för att tillgodose behovet på denna nivå
Personlig utveckling, välgörenhet, äventyr, utbildning, forskning.	Ät dig smart och stark! Med våra kostprogram utvecklas du både fysiskt och mentalt på ett sätt som gör ditt liv rikare.

Vill du veta mer om hur jag kan hjälpa dig att utveckla din försäljning genom coaching eller andra insatser?

Maila mig på johan@jdu.se så får du några exempel på hur jag hjälpt några kunder och vad de har sagt.

För din framgång

Johan Dahl
Tel 0709-10 43 00
Webb www.jdu.se

