



**Så säljer du till dagens
B2B-köpare**



Mer tid på research, längre säljcyklar och köpare som kräver ökad förståelse, låter ganska krångligt visst? I denna guide går vi igenom hur du möter dagens B2B-köpare och hanterar deras vanligaste invändningar!

Tiden på research ökar

Hela **45%** som sitter i köpande position upplever att tiden de lägger på research har ökat. Dessutom finns det en klar bild av att säljare ska kunna anpassa sig efter deras takt i säljprocessen. Om köparen vill att de ska gå långsamt (eller snabbt) så bör du som säljare kunna anpassa dig efter det.

Vad är det som tar tid?

Prioriteringar förändras – gör att köpen hamnar på paus
Fler källor kollas av innan köpet
Kollar mer noggrant på ROI

Så hur gör du som säljare för att möta kundens behov? Dels behöver du se till att ha ett tight samarbete med ditt marknadssteam. När kunden genomför sin research är det viktigt att ha materialet som de letar efter på plats. Det kan vara allt ifrån insiktsfulla blogginlägg till kundcase eller varför inte inlägg som löser köparnas vanligaste invändningar? Jobba tigt med ditt marknadssteam och sprid innehållet i de kanaler ni använder.

Förståelse för branschen

76% av köparna uttrycker ett starkt behov av anpassat content – genom hela köpcykeln. De kräver även att säljaren visar branschspecifika kunskaper. Varför? Inget företag vill köpa någonting av ett företag som inte har förståelse för hur branschen fungerar. Det kanske låter självklart men sanningen är att många företag fortfarande ligger efter när det kommer till att vara pålästa.

Hur löser du det? Adderar data för att skapa en övergripande bild av vilket företag du pratar med. Dessutom håller du dig på så sätt även uppdaterad om vad som händer i branschen. Det är inte effektivt och knappt möjligt att genomsöka en alla källor som idag finns för att inhämta information. Istället borde du använda dig av en plattform som Goava som gör jobbet åt dig.

Längden på säljcykeln ökar

31% hävdar att säljcykeln har förlängts. Inte speciellt överraskande eftersom tiden på research har ökat. Men vad ligger bakom det? Enligt DemandGens går det att härleda till att bland annat:

Köpare vill navigera sig genom delar av köpresan utan kontakt med säljare

Tillägg av fler beslutsfattare och granskare av inköpet

Köpare vill ha mer relevant innehåll från säljaren i processen

En annan viktig aspekt är att B2B köpare mer och mer går att likna vid B2C köpare. På Goava har vi tagit det så långt att vi istället pratar om P2P, People to People. I slutet av dagen handlar det om att bygga relationer mellan människor som således leder till samarbete mellan företag.

Dessutom handlar mycket om att möta köpare där de själva vill bli mötta, alla vill inte möta en säljare det första de gör. Som B2B-organisation måste du ha en multichannel strategi på plats för att kunna möta kunderna på rätt ställe.

Kom ihåg

- Använd smarta verktyg för att vara påläst
- Bidra med insikter först, sälj sedan
- Låt det handla om dem
- Även om du säljer till företag, kom ihåg P2P!
- Se till att ha rätt content till rätt tillfälle och rätt köpare



GOAVA

Vilka är Goava?

Goava är ett insikts- och prospekteringsverktyg byggt på AI och Machine Learning. Vår Sales Intelligence-plattform hjälper B2B-organisationer att få bättre hit-rate genom att prioritera rätt säljinsatser. Goavas plattform berättar vilket företag ni borde kontakta, vem ni borde prata med och vad ni borde prata om.

Effektivisera ert arbete genom att lägga mindre tid på uppgifter som kan automatiseras.

BOKA DEMO