

# ET KVALIFICERET PERSONALE BETYDER MERSALG

*Kan personalet i butikken hjælpe og vejlede kunden professionelt, har man taget de første skridt hen imod et salg. Og har medarbejderen den fornødne viden, er dagligdagen i butikken betydeligt sjovere, mener Liselotte Thygesen fra Stylechange.*

Af Pia Finne

Der er meget fokus på optimering af salg, salgsteknikker og merchandising ude i butikkerne, men det er ikke længere nok. For at kunne give den rigtige service og skabe et mersalg, er det ligeså vigtigt, at butikspersonalet bliver endnu bedre til at rådgive kunderne professionelt på det tekstilfaglige område.

”Det indebærer bl.a at kunne se hvilke farver der passer til de forskellige kundetyper, hvad snit skal vælges hvis har kunden en stor barm, hvordan bruger man tilbehør, spotter de forskellige stiltyper og kombiner tøjet”. Det mener Liselotte Thygesen fra Stylechange, og hun holder den slags kurser for ansatte i tøjfirmaer og modedetailhandlen, hvor de mindre kæder men også enkeltstående butikker deltager.

”Kan man rådgive og hjælpe med stylingen frem for blot at lade kunden tage en hvilken som helst bluse på, er det jo et godt incitament for kunden til at komme ind i den fysiske butik, frem for at handle på nettet”,

mener Liselotte Thygesen, der fastslår, at langt de fleste kunder ser det som en god service, hvis man samtidig med blusen også henter et bælte og en jakke, der matcher.

”Man skal nemlig huske på, at det er personalet, der kender butikken og ved, hvor varerne er. Mange kunder kan have svært ved at overskue det, og ender ofte med bare en enkel ting”, tilføjer hun..

Så kunderne er glade for assistancen, og derfor er det netop noget, man skal spille meget mere på i butikkerne”. Liselotte Thygesen fortæller, at hun ofte konfronteres med, at de ansatte ikke kan lide at presse kunderne. ”Men kunderne føler det ikke som et pres, men som et engagement, når de oplever, at de får en ærlig vejledning fra et kompetent personale. Kunderne skal nok selv sige fra, hvis de føler, det bliver for meget”.

Alt andet end lige er det en fordel at kunne ekspedere med en viden i bagagen, og at man som ekspedient kan finde det, der passer



Fra et Stylechange-arrangement, hvor Liselotte Thygesen fortæller om stil og god rådgivning i butikkerne.



kunden i første forsøg. Det signalerer ekspertise, og kunden får fornemmelsen af, at personalet ved, hvad det har med at gøre.

#### GOD RÅDGIVNING BETYDER MERSALG

Der hersker ingen tvivl om, at god rådgivning og at kompetente medarbejdere betyder mersalg.

Stylechange kurserne kører typisk en søndag eller en aften, og Liselotte Thygesen fortæller, at er man en mindre kæde samles man herfra, er man en enkeltstående butik, samler hun medarbejderne fra forskellige forretninger.

”Når jeg samler forskellige butikker resulterer det i en sidegevinst, nemlig at indehaveren og medarbejderne i den lille butik får andre at sparre med, som ikke er konkurrenter men fra samme branche. Eksempelvis kan der komme personale fra en modebutik i Middelfart og fra en modebutik i Hirtshals.

#### DAGLIGDAGEN BLIVER SJOVERE

Viden sælger, men samtidig bliver dagligdagen ofte også sjovere for butikkens ansatte, når de kan noget mere. Det skaber en god atmosfære, og en god atmosfære sælger.

”Det er jo altid bedre, hvis man kan sælge både en jakke, en bluse og et par bukser, fordi man måske kan sige til kunden: ”Jeg kan se, du er til varme farver og jeg har noget, jeg tror, du kan lide”. Det handler om at forene teori og praksis og kunne hjælpe med såvel stil som farver og former”.

Og Liselotte Thygesen mener, det langt hen ad vejen handler om psykologi. ”Mange kunder vi bare kigge. Men så er der en risiko for, at man ikke sælger dem noget. Derfor skal man vurdere kunden, og finde fem-seks ting i butikken, der passer og vise kunden disse. På den måde signalerer personalet, at man har sat sig ind i hvem kunden er, og der er større sandsynlighed for et salg”, slutter Liselotte Thygesen.