

RETAIL

# HVORDAN SÆLGER MAN VARER TIL KUNDER, DER "BARE VIL KIGGE"?

**"Kan jeg hjælpe?" - "Tak, jeg kigger bare."**  
Denne korte replik kender de fleste, der arbejder i tøjbutik. Alt for ofte ender det med, at kunden forlader butikken uden at have købt noget eller været i kontakt med personalet. Hvordan kan denne situation vendes?

Som butiksansat er det vigtigt at kigge på kunden. Lad os sige, det er en kvinde. Hvad har hun på? Hvilken type er hun? Hvad rører hun ved i forretningen? Det giver allerede en del oplysninger om hende. Mange kunder starter nemlig med at gå hen til det tøj, der tiltaler dem.

Men hvad nu hvis det, kunden egentlig gerne vil kigge på, er nede i den anden ende af butikken, og hun aldrig når derned? Så er det personalet, der skal tage initiativet og finde noget, som passer til hende.

Personalet bør derfor finde fem til seks ting, som vises frem, så det ser indbydende ud. Men inden da bør man altid se og betragte kunden. Har hun for eksempel blonder på, skal der selvfølgelig ikke vises noget med nitter, medmindre hun decideret spørger efter det. Og har hun helt sort tøj på, skal der naturligvis ikke vises lyserødt.

Husk, at det er personalet, der kender butikken og ved, hvor varen er – det gør kunden ikke. Man skal ikke vælge den letteste vej med en kunde, men gøre sig umage med at finde det bedste til hver enkelt.

### **Sæt kunden i centrum**

Når personalet henvender sig til kunden, er det vigtigt, at det gøres på en venlig og respektfuld måde, da kunden jo i første omgang har sagt, at hun bare ville kigge.

”Jeg har fundet et par ting her, som jeg tror, kan have din interesse, for du ser ud til at være en person, som godt kan lide det klassiske og enkle,” eller hvad det nu er, der passer til kunden. Hun skal vide, hvordan det kan bruges, og som butiksansat kan man eventuelt også sige, at man har taget en bluse med ’v’ med, som fungerer godt, når man som hende

har barm. Det at dele ud af sin viden om noget, der passer præcis på hende, kan også være en måde at henvende sig på.

I langt de fleste tilfælde vil kunden kigge nærmere på det, der er fundet og prøve det, fordi det er valgt med udgangspunkt i hende. Ofte ender kunden med at købe.

Og hvis det ikke er tilfældet, så har man i stedet givet sin kunde en god oplevelse i butikken, der måske gør, at hun kommer igen: Man har været i kontakt med hende, signaleret man har set hende, haft en dialog, sat sig ind i hvem hun er, fundet varer lige præcis til hende, som man har vist og inspireret til, hvordan hun kunne bruge.

### **Sådan laver man mersalg**

Hvis en kunde ud af ti så insisterer på kun at kigge, trækker man sig selvfølgelig tilbage. Men har man så til gengæld haft dialog med de ni andre kunder og solgt varer til en del af dem – som jo oprindeligt var ”jeg kigger bare”-kunder – så har man lavet et mersalg.

En del af disse kunder ønsker faktisk hjælp, men de vil ikke sætte ekspedienten i gang, da de så føler sig forpligtede til at købe. På den her måde har personalet en mulighed for at assistere og sælge varer til de kunder, der ”bare vil kigge”.

Man skal huske, at det ikke er alle kunder, der er interesserede i at være personlige med personalet, de vil bare have en professionel ekspedition. ■

*Få flere gode råd i bogen 'Styling og mersalg – en praktisk værktøjskasse til modebutikker' af stylist Liselotte Thygesen. Bogen kan købes på [www.trendstore.dk](http://www.trendstore.dk)*