

## Case Café Bar

Café Bar levererar fikalösningar till företag genom att placera ut kaffe- och vatten-maskiner, varuautomater samt erbjuda tillhörande abonnemang på dessa. Företaget verkar på den svenska marknaden och omsätter cirka 340 miljoner kronor.

Café Bar kontaktade Online med behov av mötesbokning för företagets utesäljare. Målsättningen med uppdraget var dels att frigöra tid för säljarna, dels för att förbereda kunden inför mötet så att detta kunde bli mer verkningsfullt för bägge parter.

Online intervjuade representanter för Café Bar om företagets olika tjänster och varför de anser att det finns faktorer som skiljer dem från övriga konkurrenter. Materialet sammanställdes och presenterades för Café Bar innan de första bokningssamtalen började genomföras. Under drygt en vecka så arbetade Online utifrån säljmaterialet fram ett kommunikationskoncept genom att låta en dedikerad bokare göra samtal för att få lärdom om hur kunderna reagerade och för att på så sätt finjustera ordval, argument, med mera. Då många företag idag har fikalösningar på ett eller annat sätt var det viktigt att bokaren genomförde samtalet på ett för kunden okomplicerat sätt:

- Bokaren gick rakt på sak med varför han eller hon ringde.
- För att avvärja argumentet att företaget redan hade en fikalösning utgick bokaren direkt från detta och frågade kunden om hur den var upplagd.
- Genom att berätta övergripande fördelarna med Café Bar väcktes intresse hos flertalet kunder...
- ... och genom att säljaren som av en slump skulle vara i närheten av kunden inom kort så gjorde man beslutet odramatiskt för kunden att ta mötet.

De målsättningar som satts upp för hur många möten per timme som skulle bokas översteg bägge parter förväntningar på grund av pålästa bokare som kunde lagom mycket om Café Bar och på grund av att man gjorde de så enkelt som möjligt för kunden att ta ett beslut om ett möte. Enkelt genom att ge lagom mycket relevant information.

Genom att Onlines mötesbokare inte skyndar på efter att kunden har tackat ja till ett möte upplevde Café Bars försäljare att företagen de besökte var väl förberedda på mötet och dess innehåll. Bra förankring av mötet är en av huvuduppgifterna för en bra mötesbokare. Detta görs genom att bokaren avtalar mötet med den person säljaren ska träffa men även att bokaren på slutet åter går igenom vem det är som kommer på besök och vad personen heter, syftet med mötet, datum, tid och plats samt vem det är, namn och funktion, som säljaren kommer att träffa. Utöver att undvika missförstånd bidrar detta till att kunden känner sig dedikerad mötet och därigenom blir engagerad.

### Vad blev utfallet?

Efter tre månader från att det första bokningssamtalet genomfördes hade Online bokat 13 % kundmöten på de samtal som genomförts. I slutändan innebar det för Café Bar att 1000 nya personer använde Café Bars produkter.