



RÄTTA SIFFRORNA. Anders Sahlgren och Erik Skog driver sedan ett år tillbaka ett konsultbolag som säljer den typ av tjänster som Anders och Erik tycker att de saknade när de själva var säljchefer i näringslivet.

FOTO: JOEY ABRAITYTÉ

De vet hur säljare blir mer effektiva

Före detta säljchefer startade konsultbolag

Svenska företag har inte tillräckligt effektiva säljare. Det beror på chefernas oförmåga att uppmärksamma individuella prestationer. Detta vill de tidigare säljcheferna Anders Sahlgren och Erik Skog ändra på.

”En del av de misstag vi har gjort hade kunnat undvikas om vi tidigare fått bättre underlag från våra säljfunktioner. Som chef hade jag gärna tagit kontakt med en oberoende part för att få en rättvis bedömning av verksamheten”, säger Erik Skog.

Sedan drygt ett år är Anders Sahlgren och Erik Skog partners i konsultbolaget Sahlgren & Skog. Båda har lång erfarenhet från näringslivet och har tidigare arbetat ihop. När deras vägar åter korsades för ett par år sedan slogs de av hur lika deras erfarenheter var av företagsledning och styrelsearbete. Kort därefter var de överens. De

skulle tillsammans starta det bolag som de själva saknat under sin tid som chefer.

Tillsammans har de utvecklat en modell som gör det möjligt att mäta effektiviteten i försäljningsorganisationer. Och i en färsk granskning av några av Sveriges största företag har de funnit tydliga brister när det gäller säljstyrning och coaching av personer som underpresterar.

”För lite tid åt var och en”

”På svenska företag synliggör man ofta gruppens prestationer. Det är bra. Men tyvärr ägnas det för lite tid åt att följa upp varje säljares in-

Di FAKTA

Anders Sahlgren

- **Alder:** 47.
- **Familj:** Ja.
- **Bor:** Enebyberg.
- **Bakgrund:** Jobbat mycket inom it. Vd i Basware Sweden.

Erik Skog

- **Alder:** 51.
- **Familj:** Gift, tre barn.
- **Bor:** Bromma.
- **Bakgrund:** Entreprenör och managementkonsult. Ägare och vd i Secus data.

sats”, förklarar Erik Skog.

Anders Sahlgren tycker det borde vara självklart för en försäljningschef att varje vecka föra individuella samtal med sina säljare. Han anser också att näringslivet har mycket att lära av idrottsrörelsen.

”De flesta säljare är täv-

lingsmänniskor. Därför är rankinglistor i personalrummet ett utmärkt sätt att visa hur varje säljare presterar i förhållande till sina medarbetare. Så skapas motivation och så får man högre produktivitet på arbetsplatsen”, säger han.

Prioritering svårt

Deras studie visar också att många företag är dåliga på att följa upp sina övergripande mål och prioritera sina viktigaste kunder. Och det, hävdar Sahlgren & Skog, har att göra med att gapet är stort mellan företagsledning och säljare.

”Många företag skulle behöva en opartisk genomlysning av sin säljorganisation. Alltför ofta målar säljcheferna en romantisk bild av verkligheten”, säger Erik Skog.

ANDREAS LINDERYD

andreas.linderyd@di.se

08-573 65186