

06/10/09 - Når skal de lære seg å selge?



Alt lar seg selge. Det er kun snakk om selgerens evne til å pirre og engasjere den potensielle kunden. Kunden behøver ikke engang ha et behov. (Hvem har egentlig behov for Coca Cola? Hvem har egentlig behov for nyeste versjonen av Microsoft Office?). Prisen er ikke alltid så viktig. Noen kjøper flaskevann til 25 kr for halvliteren. Det blir 50 kroner literen. Det er fire ganger så mye som bensinen koster. Men allikevel kjøper mange flaskevann. Noen kjøper kontorpakker til mange tusen kroner. Det er mange tusen ganger mer enn OpenOffice. Men allikevel kjøper mange MS Office. Jeg sitter på fylkeskommunalt IT-forum i Molde og hører på representanter fra kjente norske fri programvare-selskaper. En har til og med hentet inn en salgsmann fra vårt kjære naboland i øst. Fri programvare har normalt ingen lisenskostnad. Det burde i utgangspunktet være lett å selge. Så hvorfor lykkes dem ikke med å selge til oss i fylkeskommunene?

Det er sikkert mange årsaker. Men det er ikke nok bare å skylde på at fylkeskommunene i stor grad har sine løsninger basert på Microsofts produkter. Fri programvare-selgerne må lære seg å selge **relevante løsninger og konsepter som fenger den potensielle kundens interesse**. Da må de sette seg inn i kundens hverdag, være kreative og komme opp med troverdige tanker om smarte løsninger og konsepter. De må vise at de har forstått hvilke utfordringer kunden står ovenfor. Og det er ingen ulempe at de viser oss hvordan deres løsninger passer sammen med den dominerende aktørens produkter.

Jeg er redd vår svenske nabo må reise hjem uten alt for mange «leads» i lomma.