Konceptbeskrivning: Försäljningsligan AB
- NABC & Idéöversikt

Ett koncept av:
Truls Bretz

Kontaktuppgifter:
Truls@krinova.se
0738 - 17 96 96

Needs

Behovet är enormt, att företag har problem med försäljning och att hitta rätt försäljningskanaler är inte en fråga, snarare ett påstående. Det finns så gott om idéer i Sverige och så många entreprenörer som utvecklar vidare på dessa idéer att man ibland kan få intrycket av att där är för många bra idésprutor, för trots ALMI's stöttande i form av finansiering och de olika inkubatorernas support med affärsutvecklingen finns ett stort behov av en ny specialiserad partner, specialiserad på försäljning och att få ut produkten i det inledande skedet.

Benefits

Då det redan finns konkurrenter till Försäljningsligan AB på marknaden så får fördelarna ställas mot att entreprenören tar sig an arbetet med att få ut en produkt på marknaden utan en specialiserad partner. Här är det lätt att peka på fördelen med att ha en specialiserad försäljningsparter. Någon som redan har kontakterna in bland de många butikerna, som känner till de olika försäljningskanalerna och som vet vilken inköpsansvarig man ska prata med och kan ha ett intresserade av köpa in produkten. Detta gör att man som entreprenör kan tjäna tid, tid att utveckla sin nästa produkt eller tid att helt enkelt fokusera på någonting annat där man är mer effektiv.

Approach

Tillvägagångssättet bygger på erfarenhet och kunskap, och att Försäljningsligan AB under lång tid har hjälpt ett flertal olika företag med försäljning. Detta bygger upp en kunskapsbas, och inte minst ett nätverk av aktörer i rätt kretsar som söker efter produkter att sälja. Återförsälja vill tjäna pengar, men tyvärr kan inte alla nyföretagare med bra idéer komma ut på marknaden – Försäljningsligan AB kan dock med en representant öka möjligheterna för de bra produkterna att lyckas.

Competition

Konkurrenter till Försäljningsligan AB finns, det finns både stora aktörer och inriktade aktörer specifikt inom vissa genrer, så som exempelvis webbhandel, IT, leksaksprodukter och så vidare. Att Försäljningsligan AB ens försöker komma in på en redan bebodd marknad beror på den enkla anledning att marknaden inte är mätt och att kunder skriker efter fler aktörer.

Det finns entreprenörer som inte får hjälp, det finns helt enkelt inte nog med aktörer för att man ska se konkurrensen som ett hinder. För Försäljningsligan AB handlar det om att snabbt komma in på marknaden och hitta sin nisch och sina kunder och att sen helt enkelt låta resultatet tala för sig själv.

Högskolan Kristianstad Holding AB
KRINOVA INCUBATOR & SCIENCE PARK
EUROPEISKA UNIONEN
Europeiska regionala utvecklingsfonden