INNOLIFT SVERIGE · PARTNER OCH ÅTERFÖRSÄLJARE

Innolift Säljskola 2026

En praktisk handbok i att hitta kunder, boka möten, göra en visning som säljer, och ta ordern hela vägen till en nöjd referenskund.

1 Lär känna din Innolift

2 Målgrupp och leads

3 Boka möten

4 Kundbesöket och demon

5 Uppföljning

6 Avslut och invändningar

7 Köp, månadsfaktura och beställning

8 Leverans, instruktion och referenser

9 Digital närvaro

Checklistor och kontakt



Version 2.0 · November 2026 · Ersätter Innolift Säljskola 2022 ver. 1.6

Så fungerar säljskolan

Innoliften är en produkt som måste ses för att förstås. När kunden ser maskinen lyfta in pallen – och sedan sig själv – i skåpbilen, säljer den sig nästan själv. Ditt jobb är att skapa så många sådana tillfällen som möjligt, och att leda varje affär hela vägen till order.

Grundprinciperna från säljskolan 2022 gäller fortfarande: träna in demon, ring strukturerat, sälj mötet och inte maskinen i telefon, lämna aldrig ett besök utan beslut och fråga alltid efter ordern. Den här versionen lägger till det som har förändrats sedan dess: ett bredare modellprogram, digitala verktyg för leads och uppföljning, e-signering, korta videor och sociala medier.

Säljprocessen i åtta steg

1
Lär känna produkten
Träna demon tills den sitter. Kunna modellerna och vilket fordon de passar.

2
Målgrupp och leads
Bygg en lista på minst 100 företag i ett CRM, bransch för bransch.

3
Boka möten
En dag i veckan. Målet är ett möte – inte att sälja maskinen i telefon.

4
Besök och demo
Lyssna först, visa sedan. Lämna aldrig mötet utan ett beslut.

5
Uppföljning
Sammanfattning och offert inom 24 timmar. Bestämt nästa steg.

6
Avslut
Fråga efter ordern. Hantera invändningar med fakta och kalkyl.

7
Beställning
Köp eller månadsfaktura. Beställ och välj leveransadress.

8
Leverans och referens
Instruera, följ upp och gör kunden till din bästa säljare.

Det viktigaste säljargumentet

Föraren klarar leveransen helt själv. Innoliften lyfter godset och sig själv in i och ut ur fordonet, och ersätter därmed bakgavellyft, pallyftare, truck, kran och ramp i en och samma maskin. Den kräver ingen ombyggnad av fordonet och kan flyttas mellan bil, lastbil och släp. Beroende på modell hanteras laster upp till 1 000 kg.[1, 2]

> **TÄNK SÅ HÄR**
>
> Du säljer inte en pallyftare. Du säljer en kortare arbetsdag, en person i stället för två på leveranserna, färre tunga lyft och en lösning som fungerar på varje fordon i kundens flotta.

1. frendix.com/innolift · 2. xpshop.net/category/innolift

1 Lär känna din Innolift

Du har en demo-Innolift. Träna in hanteringen så att det flyter när du står hos kunden. En dålig visning betyder att flera timmars arbete med att boka mötet är bortkastade.

- **Träna lastning och lossning i din egen skåpbil** tills du gör hela momentet i ett svep, utan att tveka. Träna särskilt att hissa upp och ner Innoliften.
- **Filma dig själv** med mobilen under en övningsdemo. Du ser direkt var det hackar – och du får samtidigt material till korta videor (se steg 9).
- **Kunna säkerhetsfunktionerna** och skötselinstruktionerna, så att du kan svara säkert på frågor om laddning, batteri och underhåll.
- **Kunna modellprogrammet.** Den vanligaste frågan efter demon är ”passar den vår bil?”. Svara direkt.

Modellöversikt (version 8 och tunga modeller)

Modell	Kapacitet	Lasthöjd	Drift	Passar till exempel
IS300.750	300 kg	630 mm	Batteri	Eldrivna skåpbilar
IS600.700	600 kg	600 mm	Batteri	Mindre skåpbilar som VW Caddy, Opel Combo, MB Citan
IM600.800	600 kg	700 mm	Batteri	VW Transporter, MB Vito, MB Sprinter, Ford Custom (H1/H2)
IL600.1000	600 kg	900 mm	Batteri	MB Sprinter, Ford Custom med takhöjd H2
IX500.1250	500 kg	1 150 mm	Batteri	Transportbil H2, flak eller skåp
IXXL400.1400	400 kg	1 300 mm	Manuell	Flak/skåp och större fordon över 7,5 ton
M8.1000 / M8.1250	800 kg	880 / 1 130 mm	Batteri	Tunga pallar, 5-tons transportbil med skåp eller flak
E10.1000 / E10.1250	1 000 kg	850 / 1 100 mm	Eldriven, med drivmotor	Tunga pallar – självgående, tar bort det manuella skjutandet
ERT10.1250 / ERT10.1500	1 000 kg	1 100 / 1 350 mm	Eldriven, terränggående	Ojämn asfalt, trösklar, byggarbetsplatser. Fjärrstyrd in- och utkörning

Data enligt Frendix modellöversikt: frendix.com/innolift-models. Kontrollera alltid aktuell specifikation och lasthöjd mot kundens fordon före offert. Äldre beteckningar som A600/650, A600/750 och A600/950 förekommer fortfarande hos befintliga kunder och på begagnatmarknaden.

> **TIPS**
>
> Mät golvhöjden i kundens bil redan vid första besöket och anteckna bilmodell och takhöjd i CRM. Då kan du rekommendera rätt modell direkt i offerten.

2 Målgrupp och leads

Nästa steg är att ta fram de företag du ska besöka. Gör en lista på minst 100 företag i ditt område – och fyll på den varje vecka.

Var hittar du företagen?

Källa	Så använder du den
Google Maps	Sök på bransch + ort (t.ex. ”åkeri Norrköping”, ”bud Göteborg”). Snabbt sätt att se företag, adress och telefon.
Eniro, Hitta, allabolag.se	Företagsuppgifter, telefonnummer, omsättning och antal anställda – bra för att prioritera.
LinkedIn	Hitta rätt person: transportansvarig, logistikchef, inköpare, VD i mindre bolag. Sales Navigator om du prospekterar mycket.
Gatan	Lägg märke till skåpbilar utan bakgavellyft som lastar pallgods. Notera företagsnamnet på bilen.
Befintliga kunder	Fråga nöjda kunder vilka andra i branschen som har samma problem.

Branscher att börja med

- Bud- och åkerier, distributionsfirmor
- VVS-, el- och ventilationsentreprenörer
- Låssmeder och säkerhetsföretag
- Köks- och vitvaruleverantörer
- Däck- och bilverkstäder, oljefat och smörjmedel
- Dryckes- och livsmedelsgrossister
- Bygg- och järnhandel, byggföretag
- Event-, scen- och teknikuthyrning
- Fastighetsskötsel, kommuner och regioner
- Flytt- och kontorsmöbelföretag

Lägg listan i ett CRM i stället för i ett kalkylark

Ett enkelt CRM (t.ex. HubSpot, Pipedrive eller Lime – det finns gratis- och startversioner) håller ordning på samtal, påminnelser och affärer. Ett kalkylark i Excel eller Google Kalkylark fungerar också, men det kräver mer disciplin. Minimikolumner:

Företag · Bransch · Ort · Telefon växel · Kontaktperson och roll · Mobil · E-post · Fordon (modell, takhöjd) · Status (ej ringd / ring igen / möte bokat / demo gjord / offert / order / nej) · Nästa åtgärd och datum · Källa · Anteckningar

> **TIPS – EN BRANSCH PER DAG**
>
> Ring samma bransch under en hel ringdag. Du kommer in i branschens språk, får samma typ av frågor och vässar argumenten under dagen. Spara de bästa argumenten per bransch i CRM så att du kan bläddra tillbaka nästa gång.

> **GDPR**
>
> Även uppgifter om kontaktpersoner på företag är personuppgifter. Spara bara det du behöver i ditt säljarbete, notera var uppgiften kommer ifrån, och ta bort personen ur listan om hen ber om det.

3 Boka möten

Att boka möten gör man inte när det finns tid över – det finns det aldrig. Avsätt en dag i veckan enbart till bokning. Varje vecka.

Förberedelser

- Sitt ostört och gör ingenting annat den dagen. Stäng av notiser i mejl och sociala medier.
- Använd ett headset med bra ljud. Sitt bekvämt och ha bra belysning.
- Ha CRM och den digitala kalendern öppna. För in bokade möten direkt, med kalenderinbjudan till kunden.

Ringschema

Tid	Aktivitet
09.00–09.45	Ringpass 1
10.00–11.30	Ringpass 2 (med kort paus efter 45 minuter)
11.30–12.30	Lunch – ring inte
12.30–15.45	Ringpass 3 och 4, 45 minuter åt gången med paus emellan
Efter 15.45	Ring inte. Folk börjar tänka på att gå hem och vill inte ta beslut. Uppdatera CRM och skicka bekräftelser.

I samtalet

Tala tydligt och lugnt, och le – det hörs. (Ställ gärna en spegel framför dig. Det fungerar faktiskt.) Säg vem du är och var du ringer ifrån, och fråga vem som är transportansvarig. Notera namnet. Får du inte prata med personen direkt: tacka, notera och ring tillbaka. Gå vidare till nästa företag.

När du har rätt person: be om ett möte, och prata inte för mycket om Innoliften. Pratar du för mycket riskerar du svaret ”det är inget för oss”. Du ska inte sälja Innoliften i telefon – du ska sälja mötet där kunden får se den i aktion.

> **Du:** ”Hej, jag heter [namn] och ringer från [företag]. Vi hjälper företag som levererar pallgods med skåpbil att lasta och lossa utan bakgavellyft – föraren klarar det helt själv. Jag skulle vilja komma förbi och visa på 20 minuter hur det fungerar med er egen bil. Passar torsdag klockan 13.00 eller tisdag nästa vecka klockan 10.00?”
>
> **Kunden:** ”Nej, jag är upptagen båda dagarna.”
>
> **Du:** ”Går onsdag bra i stället? Vilken tid passar dig?”
>
> **Kunden:** ”Klockan 10.30 har jag en lucka.”
>
> **Du:** ”Då bokar vi onsdag 10.30. Jag skickar en kalenderinbjudan till dig. Vilken e-post ska jag använda?”

Poängen med två konkreta tider är att kunden börjar tänka på sin kalender i stället för att slentrianmässigt säga nej. Ser du att du redan är bokad när kunden föreslår en tid – föreslå direkt en annan dag samma vecka, samma tid. Oftast går det bra.

Moderna sätt att öppna dörren

- **Värm upp med en kort video.** Skicka en 30-sekunders film på Innoliften i aktion via e-post eller LinkedIn dagen innan du ringer. ”Jag skickade en kort film i går – hann du se den?” är en bra öppning.
- **Bekräfta med kalenderinbjudan** och skicka ett kort SMS dagen före mötet. Det minskar antalet uteblivna möten.
- **Videomöte som komplement.** Om kunden ligger långt bort kan ett kort Teams- eller Google Meet-möte med en livevisning eller film vara ett första steg. Målet är ändå att boka en fysisk demo – det är där affären görs.

Veckorytmen

Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag
Mötesbokning. Hela dagen.	Kundbesök och demo. 3–4 besök.	Kundbesök och demo. 3–4 besök.	Kundbesök och demo. 3–4 besök.	Uppföljning, offerter, beställningar, leveranser, CRM.

En dag i veckan för bokning ger 9–12 besök per vecka, det vill säga 36–48 besök per månad. Du bokar både för innevarande vecka och 1–3 veckor framåt. Håll fast vid rytmen även när det går bra – det är när bokningsdagen hoppas över som tomrummet kommer tre veckor senare.

Mät det som spelar roll

100	10+	9–12	100 %
samtal per bokningsdag som mål	bokade möten per vecka	genomförda demos per vecka	av mötena avslutas med ett beslut

Räkna på dina egna siffror. En dålig dag blir det kanske 1 möte på 10 samtal, en riktigt bra dag 10 möten på 20 samtal. Ringer du 100 samtal blir det ändå 10 möten. Följ upp varje fredag: antal samtal, möten, demos, offerter och order. Då ser du var i kedjan du tappar affärer.

> **LÅNGSIKTIGHET**
>
> Det kan vara motigt att ringa och få många nej. Men du vet att Innoliften måste visas, och att den hjälper företagen. Den som håller rytmen vecka efter vecka ökar antalet samtal, antalet besök och antalet sålda Innolifter.

4 Kundbesöket och demon

Nu har du gjort en stor del av jobbet. Nästa fas är besöket – och det är här kunden bestämmer sig.

Kom väl förberedd och på exakt bokad tid. Inte för tidigt och absolut inte för sent. Var pedantisk med det.

Börja med att lyssna

Du är gäst hos företaget. Presentera dig och låt kunden berätta om verksamheten. Det är värdefull information. Gå inte direkt in på Innoliften – låt de första minuterna vara en lugn uppmjukning. Bra frågor:

- Hur många fordon har ni, och vilka bilmodeller?
- Hur lastar och lossar ni pallgods i dag?
- Hur ofta behövs två personer för en leverans?
- Har ni bakgavellyft? Vad kostar den i service och stillestånd?
- Har ni haft belastningsskador eller tillbud vid lastning?
- Vem mer är med och beslutar om utrustning?

Efter en stund säger kunden ofta: ”Jaha, vad har du för maskin att visa?” Berätta kort bakgrunden och nämn några fördelar. Fråga: ”Är det fler som ska titta?” Oavsett svar: ”Då går vi ut och tittar så ska jag visa vad den kan göra. Har du en pall med gods som vi kan använda?”

Demon – gör den två gånger

1. Lasta ner Innoliften ur skåpbilen, hämta pallen, lasta in pallen och sedan Innoliften – allt i ett svep.
2. Gör en paus. Kunden ser ofta frågande ut: ”Hur gick det där till?”
3. Gör om det, lugnare: lasta ur pallen, dra bort den en bit, fram med den igen, lasta in, upp med Innoliften och in i bilen.
4. **Låt kunden eller föraren prova själv.** Den som har kört maskinen har redan börjat äga den.
5. Gör gärna demon i kundens egen bil om det är möjligt – då är frågan om modell och passform besvarad på plats.

Nu kommer aha-känslan: idéer, frågor, köpsignaler och prisfrågor. Ta det lugnt, svara, visa och gör om. På prisfrågan räcker det ofta att svara med månadskostnaden: ”Med månadsfaktura ligger den på ungefär [X] kronor i månaden.”

Avrunda – och lämna aldrig mötet utan beslut

Avsluta demon med eftersnack: ställ frågor, lyssna, närma dig avslut. Fråga om de behöver en, två eller tre Innolifter. Känn på stämningen: vill de beställa direkt, vill de ha offert, behöver du träffa beslutsfattaren? Ett beslut kan vara order, att du skickar offert i morgon, eller att ni hörs på torsdag kl. 9 – men det ska vara ett konkret nästa steg med datum. Packa ihop, tacka, och skriv in överenskommelsen i CRM direkt i bilen.

5 Uppföljning

Uppföljning är att göra det du lovade kunden – snabbt och professionellt. Målet är order, ett datum för beslut eller ett tydligt nästa steg.

Uppföljningsrytm

När	Vad
Samma dag	Kort tackmejl med sammanfattning: kundens behov, rekommenderad modell, nästa steg och datum. Bifoga en film från demon om ni filmade.
Inom 24 timmar	Offert eller förslag på månadsfaktura, gärna som digitalt dokument med e-signering (t.ex. Oneflow eller Scrive). Det gör det enkelt att säga ja.
Dag 3–5	Ring och fråga om offerten. Reda ut frågetecken: leveranstid, modell, finansiering, montering av laddning.
Dag 10–14	Om beslut saknas: återkom med något nytt – ett användningsexempel från samma bransch, en referens eller en kalkyl.

Det kan finnas frågetecken hos kunden: sådant hen inte fått svar på, eller är osäker på. Ditt jobb är att få kunden att känna sig trygg i beslutet att köpa en Innolift. Ett referenssamtal med en nöjd kund i samma bransch är ofta det som avgör.

Räkna hem affären åt kunden

Visa kunden vad Innoliften är värd i kronor. Ett räkneexempel:

Post	Exempel
Tidsbesparing per fordon och dag	1 timme
Arbetsdagar per år	220
Personalkostnad per timme (inkl. sociala avgifter)	400 kr
Värde per år	**88 000 kr**
Listpris IM600.800 (webbshop, november 2026)	63 900 kr[3]

I exemplet betalar maskinen sig på under ett år – och då är inte minskad skaderisk, sparad bakgavellyft eller att en person kan göra jobbet i stället för två medräknat. Använd alltid kundens egna siffror.

Räkneexemplet är illustrativt. 3. Pris enligt xpshop.net/category/innolift, kontrollerat 4 november 2026. Kontrollera alltid aktuellt pris och om det anges exklusive moms.

6 Avslut och invändningar

Avslutet är den viktigaste delen i hela processen. Det största felet många gör är att tro att ordern kommer av sig själv efter allt arbete i steg 1–5.

”Det kommer snart”, ”de ska ta beslut”, ”de lägger budget för nästa år” – allt det är skäl att inte göra något mer. Det är fel. Det är du som ska se till att det blir ett avslut. Fråga efter ordern:

> ”Ska vi leverera till ert huvudkontor eller direkt till filialen?”
>
> ”Vill ni beställa båda maskinerna nu, eller ska vi leverera en i taget?”
>
> ”Vill ni ha IM600.800 eller IL600.1000 till Sprintern?”
>
> ”Föredrar ni att köpa direkt eller att betala med månadsfaktura?”

Många säljare vågar inte fråga av rädsla för ett nej. Men beslutsfattaren behöver ofta en liten knuff i rätt riktning – och förväntar sig faktiskt frågan om när leveransen ska ske. Det är du som har kontrollen i affären ända fram till mål.

100 ELLER 0 PROCENT

Avslutet avgör om du får 100 % eller 0 % utdelning på allt du har gjort. Det finns inget mellanläge. Du har redan gjort 85 % av jobbet. Så fråga efter ordern – du vet ju att kunden behöver en Innolift.

Vanliga invändningar

Kunden säger	Du svarar
”Det är för dyrt.”	Räkna på tidsbesparing och personal (se steg 5). Jämför med vad en bakgavellyft kostar per fordon, inklusive service. Erbjud månadsfaktura.
”Vi har redan bakgavellyft.”	Innoliften kan flyttas mellan bil, lastbil och släp och kräver ingen ombyggnad. Den lastar även där bakgavellyften inte räcker – hela vägen in i kundens lokal.
”Våra förare klarar det ändå.”	Hur många lyft gör de per dag? Färre tunga lyft betyder färre belastningsskador och sjukskrivningar – och en person kan göra jobbet i stället för två.
”Jag måste prata med chefen.”	”Självklart. Ska vi boka en kort demo när hen är på plats? Vilken dag passar?”
”Inte nu, det får bli nästa budgetår.”	Med månadsfaktura börjar besparingen direkt, utan stor investering. Om svaret ändå är nej: boka ett datum för ny kontakt.
”Passar den verkligen vår bil?”	Mät upp golvhöjden och visa modelltabellen. Gör gärna demon i kundens bil.

Får du inte ordern – se till att ha en anledning att återkomma inom 1–2 veckor: något nytt, en idé eller ett användningsexempel du kommit på för just den kunden. Ibland går det fort, ibland tar det tid, ibland blir det ingen affär. Kom ihåg: det är du som styr händelseförloppet.

7 Köp, månadsfaktura och beställning

Du kan erbjuda kunden köp eller betalning med månadsfaktura.

KÖP

Normalt mot 30 dagar netto, under förutsättning att kunden blir kreditgodkänd.

MÅNADSFAKTURA

Ofta att föredra: liten risk att kunden prutar och en låg tröskel för beslut. Förfrågningar skickas till HyraInnolift@frendix.se.[4]

Beställning

Priser och modeller finns i webbshoppen på xpshop.net/category/innolift. Där gör du beställningen och väljer om leveransen ska gå till ditt företag eller direkt till kunden. Efter beställningen får du en orderbekräftelse med leveransdatum. Uppstår problem med leveransen kontaktas du per telefon eller e-post.

Leveranstider att räkna med

Ange alltid leveranstid i offerten. Enligt webbshoppen i november 2026 ligger standardmodellerna på cirka 2–6 arbetsveckor, de tunga modellerna på 5–7 veckor och den terränggående ERT1000.1500 på preliminärt 12 arbetsveckor.[4] Kontrollera aktuell tid vid varje order.

Modell	Pris (webbshop)	Leveranstid
IS600.700	63 600 kr	4–6 arbetsveckor, preliminärt
IM600.800	63 900 kr	4–5 arbetsveckor
IL600.1000	66 600 kr	4–5 arbetsveckor
IXL500.1250	71 100 kr	2–4 arbetsveckor
IXXL400.1400	81 800 kr	2–4 arbetsveckor
M8.1000.V1	103 400 kr	4–5 arbetsveckor
EXL1000.1250 (eldriven)	141 700 kr	6–7 arbetsveckor
ERT1000.1500 (terränggående)	179 500 kr	Preliminärt 12 arbetsveckor

4. Priser, leveranstider och kontaktuppgift enligt xpshop.net/category/innolift, kontrollerat 4 november 2026. Modellbeteckningarna i webbshoppen kan skilja sig något från tillverkarens modellöversikt. Priser och tider kan ändras.

8 Leverans, instruktion och referenser

En nöjd användare som har nytta av sin Innolift är din bästa säljare. En missnöjd användare är den farligaste.

Leveransen går till ditt företag eller direkt till slutkunden – du väljer. Var om möjligt på plats i samband med leveransen och ge användaren en ordentlig instruktion. Säger du till kunden att du kommer på torsdagen för att gå igenom maskinen, kan du vara säker på att kunden väntar på dig och ser fram emot besöket.

Vid överlämningen

- [ ] Gå igenom lastning, lossning, laddning och säkerhetsfunktioner med varje förare som ska använda maskinen.
- [ ] Låt föraren göra hela momentet själv, minst två gånger, med riktigt gods.
- [ ] Kontrollera att maskinen passar fordonet och att laddningen fungerar i bilen eller på depån.
- [ ] Lämna bruksanvisning och kontaktuppgifter. Spela gärna in en kort instruktionsfilm med kundens egen bil som föraren kan titta på igen.
- [ ] Låt kunden skriva under ett enkelt överlämningsprotokoll och anteckna i CRM.

> **VARNING**
>
> En missnöjd användare – oftast på grund av missförstånd – berättar snabbt för kollegor och bekanta hur dåligt maskinen fungerar. Det sprider sig som ringar på vattnet. Lägg tillräckligt med tid på instruktionen så att användaren verkligen förstår sin Innolift.

Efter några dagar – gör kunden till referens

När användaren har kört sin Innolift i det dagliga arbetet en tid: hör av dig igen, per telefon, mejl eller besök. Kontrollera att kunden är nöjd och fånga upp eventuella frågor. Är kunden mycket positiv – fråga om ni får använda uttalandet på hemsidan, i sociala medier och som referens. Be om skriftligt godkännande och om tillåtelse att använda namn och bild.

> ”Hans Bertilsson på Nilssons Bud i Norrköping har sparat in mer än en timme per dag tack vare Innoliften, och de kommer att investera i två Innolifter till nästa månad.”

I samma samtal får du ofta veta att kunden vill ha fler maskiner. Fråga alltid: Finns det fler fordon eller filialer som skulle ha nytta av en Innolift? Känner du någon annan i branschen med samma problem?

Referenser publiceras på innolift.se och bland användarberättelserna på xpshop.net. Be också nöjda kunder om ett omdöme på Google – det hjälper nästa kund att hitta dig.

9 Digital närvaro

Innoliften är som gjord för video. Varje demo och leverans är potentiellt innehåll som visar produkten i verklig miljö.

- **Korta filmer (15–45 sekunder).** Pallen in, Innoliften in, dörren stängs. Inget mer behövs. Filma i liggande och stående format.
- **LinkedIn.** Lägg upp en kort berättelse med film efter en leverans: vilket företag, vilket problem, vad de sparar. Tagga kunden om de godkänner det. Personliga inlägg från dig som säljare når ofta längre än företagssidor.
- **Spara filmerna per bransch** så att du kan skicka rätt film till rätt kund före ett samtal eller efter en demo.
- **Tillstånd först.** Filma och publicera aldrig kunder, personal, fordon eller lokaler utan godkännande.

Dela med dig – säljskolan växer

Tanken med säljskolan är att den ska utvecklas, så att erfarenheter från demo- och säljtillfällen tas tillvara och alla får nytta av dem. Skicka dina erfarenheter, idéer och nya användningsområden för Innoliften till afkontakt@frendix.se, så utvecklar vi skolan tillsammans. Nya användningsområden är särskilt värdefulla – de blir argument för nästa säljare.

> **MÅL**
>
> Med rätt rytm, rätt verktyg och fler nöjda referenskunder ska Sverige vara ett av de starkaste Innolift-länderna i Europa.

Kontakt och support

Vad	Kontakt
Råd, tips och bollplank inför eller efter besök (vardagar 08.00–17.00)	08-504 900 60 · 0735-330 310
Erfarenheter och förslag till säljskolan	afkontakt@frendix.se
Månadsfaktura	HyraInnolift@frendix.se
Webbshop och beställning	xpshop.net/category/innolift · 08-504 900 42

Telefonnummer 08-504 900 60 och 0735-330 310 samt afkontakt@frendix.se är hämtade från säljskolan 2022. Webbshoppens nummer och e-post för månadsfaktura enligt xpshop.net, november 2026.

Checklistor

Skriv ut sidan och ha den i bilen.

Före besöket

- [ ] Läst på om kunden: verksamhet, fordon, storlek
- [ ] Demo-Innoliften fulladdad och ren
- [ ] Skåpbilen städad och lastutrymmet fritt
- [ ] Modelltabell och mätband med
- [ ] Prisuppgift och månadskostnad klar
- [ ] Referenser från samma bransch
- [ ] Kalenderinbjudan och SMS-påminnelse skickade
- [ ] Rätt tid – inte för tidigt, aldrig för sent

Under besöket

- [ ] Lyssnat först, ställt behovsfrågor
- [ ] Frågat om fler ska vara med
- [ ] Demo gjord två gånger
- [ ] Kunden har provat själv
- [ ] Golvhöjd och bilmodell uppmätt
- [ ] Frågat efter antal maskiner och ordern
- [ ] Konkret nästa steg med datum

Efter besöket

- [ ] Överenskommelsen inskriven i CRM i bilen
- [ ] Tackmejl med sammanfattning samma dag
- [ ] Offert eller förslag inom 24 timmar
- [ ] Uppföljningssamtal bokat i kalendern
- [ ] Ny anledning att höras om inget beslut

Vid leverans

- [ ] Leveransdatum bekräftat med kunden
- [ ] Instruktion för alla förare
- [ ] Föraren har kört själv med riktigt gods
- [ ] Laddning och passform kontrollerade
- [ ] Överlämningsprotokoll undertecknat
- [ ] Uppföljning inbokad efter 1–2 veckor
- [ ] Frågat om referens, omdöme och fler fordon

Varje fredag

- [ ] Siffror: samtal, möten, demos, offerter, order
- [ ] Offerter följda upp
- [ ] Listan påfylld till minst 100 företag
- [ ] Måndagens bransch bestämd