SALGSCOCKPITTET

INDSIGT TIL FREMDRIFT

Har du tænkt over, hvordan jeres salg egentlig er skruet sammen?

Gennem mine mere end 20 år med B2B-salg har jeg oplevet, at der kan være travlt med kundemøder og tilbud, uden at ordrerne kommer som forventet.

Derfor har jeg udviklet Salgscockpittet, som hjælper B2B-virksomheder med at finde ud af, hvor salget går i stå, og hvad de kan gøre anderledes.

Har du lyst til, at vi kigger på jeres salg sammen?



Hvad gør du, når ordrerne ikke kommer?

Det er nemt at tænke, at sælgerne bare skal holde flere møder, sende flere tilbud eller følge mere op.

Men hvad nu, hvis det er noget helt andet, der skal til?

Måske kan du genkende noget af det her:

→ I holder masser af møder, men kunderne køber ikke.

→ I sender mange tilbud, men hører aldrig rigtig tilbage.

→ Sælgerne har travlt, men I når stadig ikke budgettet.

→ I regner med, at flere ordrer snart kommer hjem, men de bliver ved med at blive udskudt.

→ Nogle sælgere lykkes, mens andre har svært ved at få ordrerne i hus.

Så hvor skal I egentlig sætte ind?

Det er netop det, jeg hjælper jer med at finde ud af, før I bruger flere kræfter på noget, der måske ikke virker.

Hvilket af dem ligner mest jeres virkelighed?



AI kan spare sælgerne tid. Men hvad bruger de egentlig den ekstra tid på?

En undersøgelse fra Gartner i 2026 viser, at selvom sælgerne sparer tid med AI, bliver den ekstra tid ikke nødvendigvis brugt på det, der skaber mere salg.

TID FRIGIVET

4,8 timer

sparet pr. sælger pr. uge med AI i gennemsnit

LAV GENINVESTERING

72 %

af salgsorganisationerne rapporterer lav geninvestering af den frigivne tid i aktiviteter med høj værdi.

Mere tid er ikke det samme som mere salg.

Hvis sælgerne får fem ekstra timer om ugen, hvad skal de så bruge dem på? Flere kundemøder? Flere tilbud? Eller noget helt tredje?

Det vigtigste er at vide, hvor tiden gør størst forskel.



Kilde: Gartner, survey blandt 210 CSO'er og senior salgsledere, jan.-feb. 2026. Publiceret 19. maj 2026.

Læs Gartner-kilden

SÅDAN KAN JEG HJÆLPE JER...

Før vi ændrer på noget, skal vi finde ud af, hvad der sker.

Måske oplever ledelsen en ting, mens sælgerne oplever noget andet.

Men hvad viser tallene egentlig?

Derfor starter jeg med at kigge på fire ting:

1. HVAD OPLEVER I?

Hvad synes ledelsen fungerer, og hvad siger sælgerne selv?

2. HVAD GØR SÆLGERNE?

Hvordan holder de kundemøder, sender tilbud og følger op?

Diagnosen?

3. HVORDAN ARBEJDER I?

Har I en fælles måde at gøre tingene på, eller gør hver sælger det på sin egen måde?

4. HVAD VISER TALLENE?

Hvor mange møder bliver til tilbud, og hvor mange tilbud bliver til ordrer?

Hvad nu, hvis de fire ting ikke fortæller den samme historie?

Måske fortæller sælgerne, at kunderne er interesserede, og at der er gode ordrer på vej.

Ved I egentlig, hvor mange af de forventede ordrer der er tæt på at blive til noget?

Det hjælper jeg jer med at finde ud af, så vi kan tage fat på det rigtige sted.

VED I, HVAD DER SKAL TIL FOR AT NÅ JERES SALGSMÅL?

Det er en ting at sætte et mål for salget. Men har I regnet på, hvad der egentlig skal til for at nå det?

Til det har jeg udviklet det digitale salgscockpit, der hjælper os med at få overblik over tallene og se, om de hænger sammen.

Jeg bruger værktøjet gennem forløbet, så vi kan arbejde med jeres egne salgstal og følge med i, om de ændringer, vi laver, gør en forskel.

1. MÅL
Hvor meget skal I sælge for?

2. PIPELINE
Hvor mange mulige ordrer har I på vej?

3. KONVERTERING
Hvor mange af dem bliver faktisk til ordrer?

4. KAPACITET
Har sælgerne tid til at nå det?

5. RESSOURCER
Har I nok folk og tid til at nå målet?

6. HVAD SKAL ÆNDRES?
Hvor skal I sætte ind for at få mere ud af salget?

FRA SALGSMÅL TIL VIRKELIGHED

Hvad nu, hvis jeres salgsmål og forventninger til sælgerne ikke stemmer overens med det, der faktisk er muligt?

Det hjælper jeg jer med at finde ud af, så vi kan sætte ind der, hvor det gør størst forskel.

Det digitale Salgscockpit findes i to versioner: en til B2B-salg og en til SaaS-virksomheder.

Sådan arbejder vi, hvis vi går videre.

På 12 uger finder vi ud af, hvad der bremser salget, hvad der skal ændres, og hvordan vi får det til at fungere i hverdagen.

1 UGE 1–3

VI FINDER UDFORDRINGEN

Vi taler med ledelsen og sælgerne, ser på tallene og finder ud af, hvor salget går i stå.

2 UGE 4–8

VI GØR NOGET VED DET

Vi tager fat på det vigtigste først og ændrer det, der ikke fungerer.

3 UGE 9–12

VI FÅR DET TIL AT VIRKE

Vi prøver ændringerne af, følger op og sørger for, at I kan arbejde videre med dem.

Hvad står I med efter 12 uger?

- → Et klart billede af, hvor salget går i stå.
- → En konkret plan for, hvad der skal ændres.
- → Ændringer i salgsarbejdet, som I har afprøvet i hverdagen.

Skal vi kigge på jeres salg sammen?

Jeg har mange års erfaring med B2B-salg og salgsledelse og har udviklet Salgscockpittet for at hjælpe virksomheder, hvor salget ikke går som forventet.

Måske har I allerede en ide om, hvad problemet er.
Måske viser det sig at være noget helt andet.

Har I lyst til, at vi bruger 20 minutter på at kigge på det sammen?

Majken Kisum Kold

Founder & Direktør

+45 93 92 77 13

majken@salgscockpittet.dk

