



MONA HAUGE (48)

Tips oss om navn på spennende gründere:
grunder@finansavisen.no

■ **Forretningsidé:** Assistere selskaper til å vinne flere kunder, øke kundelojaliteten og sikre Return On Investment

■ **Selskap:**
B2B Salg AS

Super-selgeren

Mona Hauge garanterer høyere topp- og bunnlinje. Hun tar opp kampen med tusenvis av konkurrenter.

- Jeg har laget et konsept og en modell for en effektiv og resultatbringende salgsprosess. Jeg føler meg sikker på at markedet trenger dette, sier Mona Hauge.

48-åringen er totalt blottet for kvinnelig nedvurdering av egne ferdigheter. Med et selvsikkert smil, et selvsikkert kroppsspråk og et like selvsikkert tonefall, sparer hun ikke på superlativer og lovnader når hun skal selge seg selv og sine tjenester. Et trettittalls tilhørere er på frokostlansering. Kaffekonsumet er skyhøyt, og rundstykkene får ben å gå på. Det er så tidlig om morgenen at Hauge velger å la champagneflasken som skal symbolisere starten på hennes nye gründerliv, stå urørt.

Lang fartstid

Hauge er ingen novise i business, så tilhørerne er stort sett tidligere kolleger og nettverksbekjente.

Diplomekspertøkonomen har vært konserndirektør for Amesto Translations, direktør for nye forretningsområder i Visma, daglig leder i Bizweb, senior visepresident hos Marsh Norway og salgs- og markedsdirektør for Dell Computer, i tillegg til å ha en CV som også viser at hun har vært eksportsjef for Sandnes Uldvarefabrik.

- Jeg er en strategisk tenker med en operativ legning. Jeg viser gjennomføringskraft og har sterk fokus på leveranse av optimale løsninger, resultater og god avkastning, sier hun om seg selv.

Og sitt nystartede selskap «B2B Salg» hevder hun er sentralt for å få forretningen til å lykkes. Eller for å bruke hennes egen påstand for å få landets bedrifter på egen kundeliste: Salgskompetanse skaper vekst.

Det kan sikkert høres pompøst ut. Og kanskje virker det som om damen mangler både selvsinn og bakkekontakt. Men det er ikke til å stikke under stol at hun har bred erfaring. Hauge har

„ **Jeg anbefaler ingen å starte alene**

holdt på med salg i 27 år, og har nesten like lang ledererfaring. Business to business-salg står hennes hjerte nærmest. Det er også akronymet til firmanavnet.

5.000 konkurrenter

- I korte trekk, hva skal du tilby?

- Forretningsideen min, som jeg har gått svanger med i ti år, er å hjelpe selskaper til å vinne flere kunder, øke kundelojaliteten og sikre return on investment ved å tilby rekruttering, kurs, salgsrådgivning og salgsverktøy. Visjonen min er å bli Norges viktigste kompetanse- og ressurshus på salg.

- Men du kjører et enmanns-show...

- Målet er å få en ansatt til på plass veldig snart. Jeg skal ta opp kampen med bedrifter som Mercuri International.

- Det er mange tusen konsulentselskaper som tilbyr salgshjelp. Hvordan skal du skille deg ut?

- Jeg tror jeg har rundt 5.000 konkurrenter, men jeg skal skille meg ut ved å holde fokus på B2B-salg. Jeg skal være en nisjeleverandør. Dessuten er jeg noe mer enn en konsulent. Jeg tilbyr også en kombinasjon av personlige prosesser og salgsverktøy.

- Hvilken effekt kan du love?

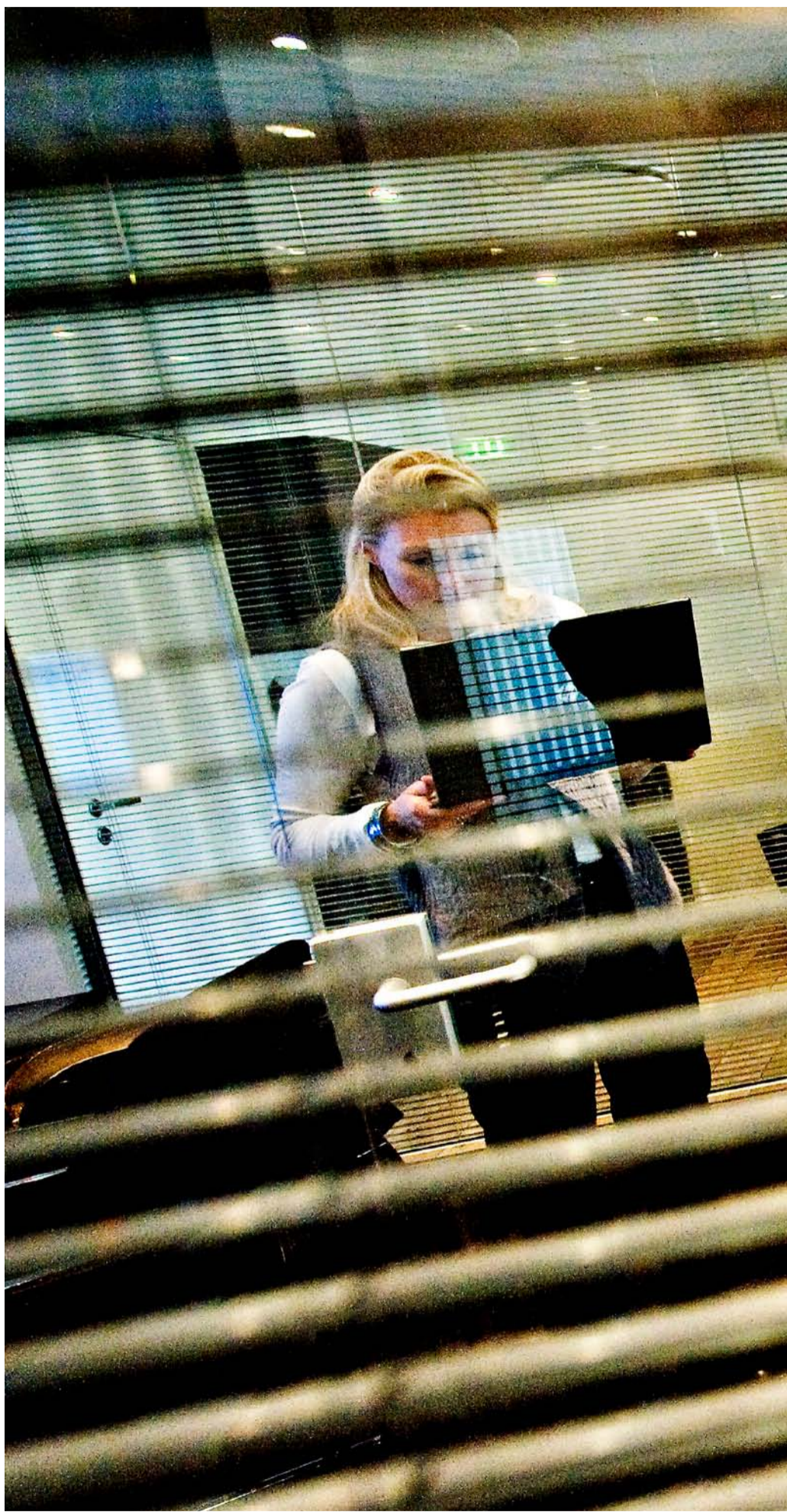
- Halvparten av det selgerne lærer på salgskurs, viser seg å gå i glemmeboken etter fem uker. Jeg lover at det ikke skal skje når vi bruker min modell. Jeg tror nøkkelen til suksess er en kombinasjon av salg og markedsføring.

Ubeskjeden

Hauge anslår at hun har ansatt 150 selgere i sitt liv, og at dette har gitt henne god erfaring.

- Jeg bruker et analyseverktøy ved rekruttering, og modellen jeg sikter til, har jeg selv brukt i fire selskaper i ulike bransjer med godt resultat. Den endelige utfordringen er å finne de rette kundene med rett budskap i de rette kanaler med riktige ressurser.

Hun brenner for å optimalisere salgsgorganisasjonen, og at salg til nye og eksisterende kunder er vidt forskjellig, uten at hun tror alle



NORSKE BEDRIFTER LIDER: Mona Hauge hevder at mange selskaper mangler kompetanse på salg og salgsstrategier.

har fått med seg dette.

- **Jeg har funnet en forretningsmodell som sikrer at du vinner nye kunder, og jeg har et eget program for å beholde de eksisterende kundene og få dem til å handle mer, sier hun ubeskjeden.**

Til den store tilhørerskaren er budskapet at B2B Salg er helt avgjørende for å lykkes, og at det handler om å selge mer for mindre.

- Hvordan får du til det?

- Verktøykassen min er full av mye rart,

sier hun og holder en verktøykasse av typen hjemmets handyman har i kjelleren, over hodet. Hun føler at folk i stor grad velger verktøy etter innfallsmetoden.

- Jeg skal få bedrifter til å velge det riktige verktøyet. B2B vet hvilke aktiviteter som gir størst effekt!

Tøft å komme over ti

Hauge knytter til seg samarbeidspartnere for å klare å levere det hun lover. Siden oppstar-