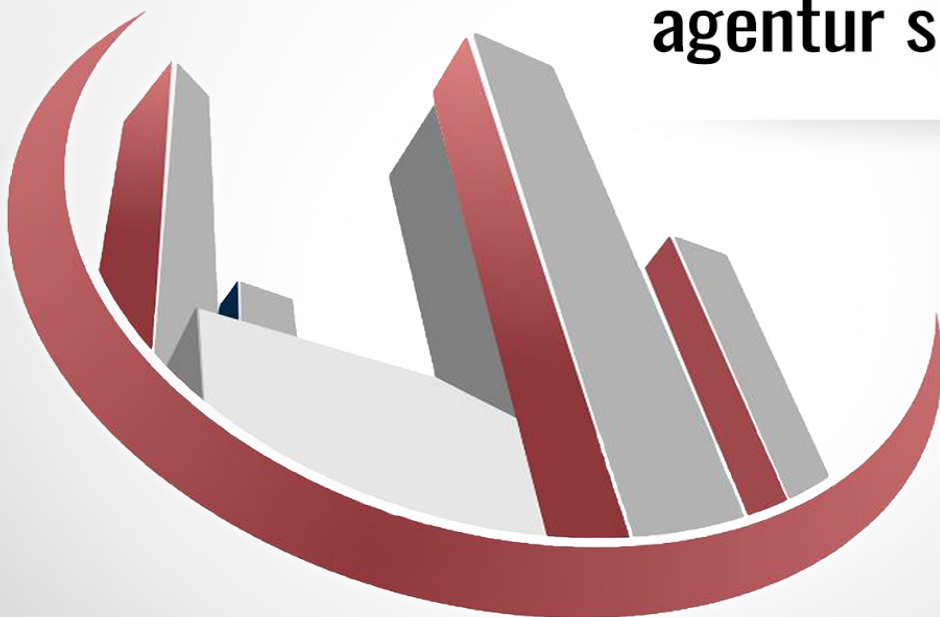


EN HELT NY KARRIERE: FÅ DITT EGET AGENTUR

Det du trenger å vite for å finne et
agentur som passer deg



LARS HELLESTRÆ

INTRODUKSJON

Gjennom Agenturer.no er vi årlig i kontakt med tusenvis av agenter. Noen av dem gjør det svært godt, andre gjør det helt middelmådig, og noen mislykkes totalt. Det som kjennetegner de beste er at de er uredde og profesjonelle selgere og gründere. En del av Norges beste agenter har direkte eller indirekte bidratt til innholdet i rapporten du nå har begynt å lese.

Målsetningen med denne rapporten er at du som vurderer å prøve deg som agent skal ha best mulige forutsetninger for å lykkes. Den er først og fremst beregnet for nye og uerfarne agenter, men jeg håper og tror at også mer drevne agenter kan plukke opp et tips eller to.

Om du er usikker på hva et agentur er for noe eller du ikke vet hva en salgsagent er så anbefaler jeg at du leser [denne artikkelen først](#).

Den korte definisjonen er at en agent er et selskap (kan være alt fra enkeltmannsforetak til større selskaper) som selger på vegne av et annet selskap. Et agentur er en rettighet du får til å selge på vegne av en produsent, leverandør, eller importør i et område.

LYKKES SOM AGENT I NOEN ENKLE STEG

Det ble en feil overskrift. Dette er ikke enkelt. Om du er typen som blir lurt av enkle og raske måter å tjene masse penger på så er ikke agenturer for deg. Det er derimot helt sikkert en gammel klassekamerat som vil møte deg til en kaffe og presentere deg for nettverkssalg. Så kan du prøve å lure penger fra venner og kjente istedenfor å bygge opp en legitim forretning.

Å lykkes som agent vil kreve hardt arbeid, tålmodighet, og at du er villig til å jobbe med egenutvikling.

Etter å ha lest avsnittet over så forsvant omtrent halvparten av leserne, men det er synd for dem fordi jeg skal i denne korte rapporten gi deg som fortsatt leser flere råd som vil gjøre det enklere å lykkes med et agentur.

Her er de de jeg skal gå gjennom i denne rapporten:

1. [Etablere ditt eget selskap](#)
2. [Hvordan finne gode agenturer](#)
3. [Vær eller bli en toppselger](#)
4. [Hvordan starte som agent med minimalt med risiko](#)

ETABLERE DITT EGET SELSKAP

Trenger jeg å bruke noe særlig tid på dette? Om du går på Google finner du 548 ulike artikler om hvordan starte eget selskap. Det er også gratis, om du ikke allerede visste det, å starte et enkeltmannsforetak. Så dette punktet bør ikke by deg på noe særlige problemer.

Det som er poenget med å ta med dette punktet er at du må ha ditt eget selskap for å ta på deg et agentur, MEN det er ikke noe poeng å starte et selskap uten å vite hva du skal holde på med. Du kan derfor trygt avvente med dette punktet og lese videre.

FINN DE GODE AGENTURER (SOM PASSER FOR DEG)

Jeg kommer tilbake agenturene «som passer for deg» til slutt i denne rapporten. Akkurat nå ønsker jeg å fokusere på mer generelle regler på hva du bør være oppmerksom på når du vurderer agenturer – og hvem som vil være gode selskaper å jobbe for og hvem du bør styre langt unna. Om du går på [forsiden av Agenturer.no](https://www.Agenturer.no) finner du til enhver tid en rekke ledige agenturer og andre forretningsmuligheter. Når du finner noe som interesserer deg så anbefaler jeg at du kontakter annonsører (ingenting å tape på det), men samtidig oppfordrer jeg deg til å være oppmerksom på følgende 6 punkt:

1. PROVISJON- OG ØKONOMISKE BETINGELSER

Som selvstendig agent uten vanlig fastlønn og tilhørende sosiale goder er naturligvis provisjons- og økonomiske betingelser viktig.

Et av de vanligste spørsmålene vi får fra leverandører er hvor mye bør vi tilby i provisjon til agenter. Svaret vårt er alltid "*så mye som mulig*" eller "*det marginene deres tillater*". Det sier seg selv at agenter som selger på provisjon skal ha mulighet til å tjene bedre enn faste ansatte.

Det er derimot helt umulig å gi en spesifikk provisjonssats ettersom det er helt avhengig av produkt, bransje, og marked.

På samme måte som grådighet ikke anbefales av leverandører så kan det også straffe seg for agenter. Om du stiller helt urimelige krav til provisjon så kan du nok vinke farvel til agenturet – særlig hvis du ikke har noe å vise til på forhånd.

Eksempel fra virkelighetens verden – Et urimelig krav

En leverandør innen byggevare søkte agenter i Midt-Norge. De tilbydde agenten å overta eksisterende kundeportefølje i regionen samt naturligvis gjøre nysalg mot byggevarebutikker, etc. Provisjonen var 10 prosent på alt salg – eksisterende og nye kunder. De var åpen med at de hadde agenter andre steder i landet og deres agent på Vestlandet tjente blant annet 2,7 millioner årlig i ren provisjon på tilsvarende avtale.

En agent tok kontakt gjennom Agenturer.no og sa at han var veldig interessert i muligheten i Midt-Norge, men provisjonssatsen var altfor lav. Han var villig til å bli agent mot at provisjonssatsen ble økt til 25 prosent.

Han ble av leverandøren oppfattet som frekk og arrogant – og hvordan kunne leverandøren forsvare en mye høyere provisjonssats til en nykommer i Midt-Norge vs. Deres eksisterende og svært lojale og dyktige agent på Vestlandet? Det var ikke aktuelt og søknaden til agenten ble forkastet og muligheten gikk til en annen agent.

Utover selve provisjonssatsen bør du se etter muligheter med gjentakende porteføljeprovisjon. Enkelte leverandører ønsker kun å gi provisjon på nysalg for deretter å overta kundeforholdet og ta fremtidige inntekter på kunden selv. Hvis det ikke er eksepsjonelt gode grunner for å gjøre det på den måten bør dette falle i dårlig jord hos deg. Det åpenbare unntaket er hvis det er produkt som kun selges en gang uten noe form for oppfølging, mersalg, eller gjensalg. Da kan du ikke klandre hovedmannen (leverandøren) for at du bare får provisjon på førstegangssalget. Men om leverandøren tjener en gjentakende inntekt på kunden så bør du ha din del av kaken under forutsetning for at du står som kontaktperson for kunden.

Ønsker leverandøren å invitere deg som agent på opplæring eller delta på en messe e.l. som er utenfor ditt salgsdistrikt? Flott og spennende, men spør om de dekker dine reisekostnader for dette. Det er tegn på at de er seriøse og satser på agentene sine.

Eksempler fra virkelighetens verden

1. Leverandør innen velværebransjen. Krever at deres agenter skal komme på opplæring i Oslo, men må dekke reisekostnader selv. En av agentene ringer til Agenturer.no og sier at han dekker alle kostnader for reiseaktivitet i sitt salgsdistrikt, men synes det er urimelig at han må dekke kostnader til opplæring andre steder. Vi er helt enig.
2. Et selskap i konsulentbransjen inviterer sine agenter til opplæring i Oslo. Det forventes at agentene dekker egne reisekostnader, men oppmøte er helt frivillig. Leverandøren har derimot laget såpass interessant og spennende opplegg at de aller fleste agenter stiller med glede. Det kan likevel argumenteres for at agentene føler seg direkte eller indirekte mindre forpliktet ovenfor leverandøren da de betaler for opplæring av egen lomme.
3. Et selskap i bemanningsbransjen inviterer sine agenter til salgsmøte i Stockholm. De dekker alle reisekostnader, diett, og gir til og med "lommepenger" til agentene. De gjør det helt tydelig at de satser på salgsagentene sine og motivasjonen og lojaliteten til agentene er åpenbart større enn i eksemplene over.

Det er også viktig å huske at 10 prosent av mye alltid er mer enn 90 prosent av ingenting. En ting er prosentsatsen, men spørsmålet er til syvende og sist om dette er et produkt du klarer å selge – og gjerne selge sammen med andre produkter / tjenester i din portefølje. Er svaret på dette ja bør agenturet vurderes seriøst. Ved nei kan du trygt gå videre til neste mulighet uansett hvor "høy" provisjonssatsen er.

2. SALGSHISTORIKK OG UNIKE SALGSARGUMENT

Har leverandøren salgsagenter i dag? Og hvordan har de lykket?

Hvis de ikke har salgsagenter har de i så fall ansatte selgere og hvilke salgsresultater kan disse vise til?

Dette er helt legitime spørsmål for deg som salgsagent.

Hvis det er et veletablert selskap bør de kunne vise til eksisterende salgsresultater som kan gi deg tryggheten på at dette er noe som selger i markedet.

For et relativt nystartet selskap er det vanskeligere å vise til konkrete salgsresultater. Hvis så er tilfelle må du som potensiell agent ta en avveining basert på hvor sterk tro du har på produktet.

Hvilke unike salgsargumenter har produktet i forhold til konkurrerende produkter?

Er salgsargumentene sterke nok kan det fort veie opp for manglende dokumenterbare salgsresultater? Ser du derimot svake eller ingen unike salgsargumenter – og de i tillegg ikke kan vise til dokumenterbare resultater – er det bare å gå videre til neste mulighet.

3. EKSKLUSIVITET

Enkelte agenter kan muligens legge for mye vekt på eksklusivitet.

Hvis du overtar en eksisterende kundeportefølje som eksempelet i punkt 1 beskriver har det åpenbart en verdi fra første dag, men hvis markedet er helt jomfruelig og det ikke er eksisterende kunder i området kan det diskuteres hvor mye det har å si i en oppstartfase.

Hvis du som ny agent krever eksklusivitet vil det sannsynligvis være en klausul om at du oppnår et visst budsjett eller så mister du eksklusiviteten. Så hvis du ikke oppnår salgsbudsjettet er eksklusiviteten null verdt. Og hvis du oppnår budsjettet har du såpass sterke kort på hånden at du ville fått eksklusivitet uansett – og leverandøren har liten grunn til å se etter andre agenter i området.

Et alternativ er at eksklusivitet trer inn etter en prøveperiode hvis agenten når et spesifikt omsetningsmål. Dette er en god løsning for begge parter og kan være lurere enn å stå knallhardt på eksklusivitet fra første stund med fare for å miste den pga. manglende salg senere.

Det er også leverandører som ikke gir eksklusivitet og de har dyktige salgsagenter som lever helt fint med det. Så lenge betingelsene er like så bør fokuset ditt være på å bygge sin egen virksomhet og ikke bekymre deg alt for mye om potensielle konkurrerende agenter.

Eksklusivitet gir også mer mening jo mer spisset marked man jobber i. Det er ikke plass til mange agenter som selger spesialkomponenter til atomkraftverk i Norge, men det er plass til flere forsikringsagenter som selger diverse forsikringsløsninger til både private og bedrifter.

Hvis du får eksklusivitet hos din leverandør og har agenturrettighetene i ditt område så vær nøye på at kontrakten er helt tydelig på hva det innebærer. Vi har kommet over noen tilfeller hvor agenter har kontraktsfestet eksklusivitet i sitt område, men så senere har oppdaget at forhandlere som likevel får kjøpe varene direkte hos hovedmannen. Hovedmannen unnskylder ofte dette med at forhandleren er en del av en kjede og innkjøpet ble gjort et annet sted selv om varene selges i agents distrikt. Denne unnskyldningen holder ikke mål og er et kontraktsbrudd om det ikke er spesifisert unntak i agenturavtalen.

4. LEVERANDØRENS ØKONOMISKE SITUASJON OG "RYDDIGHET"

Er leverandøren på randen av konkurs kan du klokkelig styre unna. Det er derfor lurt å gjøre noen undersøkelser rundt den økonomiske situasjonen til selskapet.

Ikke gå i fellen bare å se på totalomsetningen til selskapet. Det finnes selskap som omsetter for flere hundre millioner som ikke betaler for seg, mens det er selskaper som kun omsetter for en brøkdel som er svært ordentlige og pålitelige betalere.

Så i tillegg til den økonomiske situasjonen til selskapet så dann deg et bilde av hvor ryddige og pålitelige de er. Det er enkelt å gjøre en kredittsjekk og for eksempel sjekke om de har masse av inkassosaker på seg. Selskap kan også gå i overskudd, men likevel ikke gjør opp for seg.

Legg også merke til om leverandøren selv tar initiativ til å legge frem en profesjonell kontrakt? Vi var for et år siden borti et selskap som søkte agenter for en stund siden som nektet å gi agenter skriftlig kontrakt før de hadde «bevisst at de kunne selge». Så de ønsket at agenter skulle begynne å selge for dem basert på en muntlig – og ganske vag – lovnad om at de senere skulle få skriftlig kontrakt hvis de første leverte dem noen kunder. Om du kommer over slike selskaper er det bare å ønske de god natt og farvel.

Sjekk gjerne også om leverandøren har gode og ekte referanser fra kunder – og om mulig – andre agenter. Og hør til slutt også på magefølelsen din om hvorvidt de er pålitelige eller ikke.

(Jeg har lagt merke til at jeg bruker «leverandøren» og «hovedmannen» om hverandre så langt i rapporten. Betyr i denne sammenhengen det samme – og det mest korrekte begrepet er nok «hovedmannen» så holder meg til det begrepet i resten av rapporten selv om det er fristende å flette inn «Oppdragsgiveren» for å skape ekstra forvirring.)

5. SALGSMATERIELL OG SALGSSTØTTE

Hvordan vil hovedmannen bidra til at du som agent vil lykkes? Hvilket salgsmateriell kan de stille med? Ville de trykke opp brosjyrer og gi deg adgang til demo-produkter?

Vil de bruke tid og resurser på produktopplæring for agenter?

Salgsagenter er en forlenget arm av hovedmannen og ikke en enhet som skal bare overlates til seg selv. Dette skjønner selskaper som ønsker å lykkes med agenter.

Enkelte selskaper som har annonsert via Agenturer.no jobber også aktivt med å finne konkrete kundeleads til sine agenter. Det er ikke tilfeldig at dette er selskap som også lykkes svært godt med sitt agentnettverk og som salgsagenter trives å jobbe for.

6. KONTRAKT / SAMARBEIDSFORM

Få en skriftlig kontrakt med hovedmannen. Om du blir medlem av Agenturer.no får du tilgang på en del maler du kan bruke som et utgangspunkt.

Det finnes skrekkehistorier hvor en agent leverte salg i mangemillionklassen og kun hadde en muntlig avtale om 5 prosent provisjon. Deretter fant leverandøren på at de kun ville betale 1 prosent provisjon. Forskjellen utgjorde mangfoldige millioner og saken befinner seg nå i rettsystemet (pr. 31.03. 2016). Vi håper å fortelle hele denne historien når utfallet av saken er klart.

Begge parter er i en kontrakt likeverdige. Agenten er ikke arbeidstaker hos hovedmannen. Dere er samarbeidspartnere og det bør dialogen og kommunikasjonen deres bære preg av.

VÆR ELLER BLI EN TOPPSELGER

Det er en stor fordel om du har salgserfaring før du starter som en agent. Jeg skal ikke si at det er en absolutt nødvendighet da det er flere tilfeller hvor personer har kommet langt med ren og skjær lidenskap og knallhard innsats. Likevel er det uunngåelig at du vil få det tøffere om du ikke har noe erfaring fra salg fra tidligere.

Det er samtidig viktig å understreke at salg ikke alltid betyr den tradisjonelle selgeren med varer i baksettet som farer rundt i salgsmøter. Om du er flink å selge på telefonen vil det finnes muligheter for deg også. Og om du ikke liker å snakke med personer i det hele tatt, men er utrolig dyktig på å lage nettbutikker som konverterer vil det også være hovedmenn som er interessert i å jobbe med deg. Poenget er at du klarer å skape resultater mens metoden du bruker for å få til resultatene en del ganger (ikke alltid) er sekundær.

Om du allerede har god salgserfaring så har du et veldig godt utgangspunkt for å lykkes om agent. Om du mangler salgserfaringen så må du kompensere med bransje- og produktkunnskap samt en solid dose med lidenskap. Du bør også begynne så snart som mulig med å lære om salg og utvikle din egne selgeregenskaper. Bli gjerne med i vår [Facebook-gruppe for Toppselgere](#) og send meg gjerne også en e-post på noen flere anbefalte ressurser.

OG HVA MED ALT DET ADMINISTRATIVE...

Alle ting som regnskap, selvangivelser, kontrakter, og alt mulig annet administrativt arbeid kan være en hodepine for mange. Det henger derimot tett sammen med salget du gjør. Selger du bra så har du råd til å outsource mye av dette til andre. Og om salget går rett vest så har du heller ikke så mye å føre i regnskapet.

Om du ønsker å satse på din egen agentvirksomhet så vil vi gjerne få deg som [medlem av Agenturer.no](#). Det er en liten årlig investering, men du får da en del tips og ressurser som kan spare deg for en del tid på administrasjon.

HVORDAN STARTE SOM AGENT MED MINIMALT MED RISIKO

Sjansen for at du får et agentur uten relevant bransjeerfaring er liten, men hvis muligheten likevel skulle oppstå så bør du tenke deg nøye om før du aksepterer.

Faktum er at jo bedre bransjeerfaring du har jo mindre risiko er det.

Om du kjenner bransjen du ønsker å selge til så vet du også hvilke behov markedet har. Du har gode kontakter og mulighet til å sjekke referanser på hovedmannen eller hvorvidt produktet deres er etterspurt. Du har kortere vei inn til kunder i bransjen som kan drastisk kutte tiden på salgssyklusen.

Så om du ønsker å starte som agent så kan du begynne å forberede deg i dag ved å spesialisere deg i en bransje som interesserer deg. Gjør bransjen til en hobby ved siden av din nåværende jobb.

Lær om hvordan bransjen fungerer, les nyheter, les gjennom hjemmesidene til bedrifter i bransjen, bruk LinkedIn og bli kjent med ledende eksperter, delta på messer og seminarer, og opparbeid deg relasjoner i din nye bransje.

Du vil da også oppdage at agenturmuligheter dukker opp og du har en mye større sjanse til å få attraktive agenturer når du snakker samme språk som bransjen du skal selge til.

Om noen lanserer et nytt produkt innen salg/markedsføring så kan jeg, om jeg ønsker, bare plukke opp telefonen å få en agentavtale med dem. Det er utelukkende fordi jeg kjenner den bransjen opp og ned.

Så finn ut hvilken bransje du ønsker å jobbe i og la den bli din hobby. Det spiller ingen rolle hva det er som interesserer deg. Det kan være hoteller og restauranter, dagligvare, fiskeri, landbruk, byggebransjen, helse og trening, markedsføring, eller hva som helst annet. Poenget er at du skal bli en ekspert på området.

Når du er en bransjeekspert er det mye lettere å finne agenturene som passer for akkurat deg og som du vil lykkes med.

Tusen takk for at du leste denne rapporten. Har du tilbakemeldinger på rapporten er du velkommen til å ta kontakt på lars@agenturer.no eller 41 21 41 41. Om du ønsker flere tips for selvstendige agenter eller tips om konkrete agenturer som kan passe deg så vil medlemskap hos Agenturer.no være en god investering for deg. Du kan bli medlem her: agenturer.no/bli-medlem.