

Wel of niet voorbereiden?

Veel verkooptrainers leren hun deelnemers: bereid je voor op je (eerste) gesprek bij een potentiële klant. Google hem/haar en bekijk de website van het bedrijf... Is dat verstandig? Moet men zich wel voorbereiden?

Het acquisitiesgesprek

Er zijn zaken die handig zijn om te weten voordat men met de (potentiële) opdrachtgever aan tafel gaat. Zorg dat uw kennis hebt over:

1. de onderneming, instelling of organisatie-onderdeel (branche, onderscheidend vermogen in de markt, aantal medewerkers, jaaromzet, opbouw van de organisatie)
2. het product of de dienst van de organisatie
3. de markt waarop de organisatie actief is
4. de recente ontwikkelingen bij de organisatie en in de branche
5. concurrenten van deze organisatie
6. relevante aanbevelingen?
7. de contactpersoon (naam, functie en relevante bron van aanbeveling)
8. Loop een rondje om het bedrijf, ga door de achterdeur naar binnen, kijk rond, observeer en absorbeer, maak een praatje (met de receptioniste en magazijnmedewerker en anderen)...
9. Gebruik een database of contactmanagementsysteem waarin u feiten en kenmerken vastlegt van de prospect. En vervolgens gaat u met deze data aan de slag en verrijk u

- de klant, de database en uzelf.
10. Als men een vakbroeder (verkoper/account manager) vraagt of hij u informatie wil geven over ..., dan krijgt u relatief gemakkelijk een antwoord op de vraag omdat u in hetzelfde vak zit als 'collega-verkopers' en elkaar wellicht over en weer kunnen helpen.

Informatiebronnen:

website organisatie, website KvK, social media, Google, vakliteratuur, jaarverslagen en/of bedrijfsbrochures.

Wat wilt u weten?

Daarnaast kent u de aanleiding voor het gesprek. Ik vind dit een van de belangrijkste zaken: de vragen. Ik vind dat men pas écht goed voorbereid op gesprek gaat als men de vragen heeft voorbereid. Weet de vragen waarop u antwoord wilt. Schrijf ze op en stel de vragen onopvallend – eventueel kras door elkaar – tijdens het gesprek. Het is geen vragen-vuur maar een gelijkwaardig gesprek met een prettige sfeer.

Vragen stellen

Vragen stellen betekent een dialoog, in plaats van een monoloog. Een dialoog betekent informatie-uitwisseling. En met informatie kunnen zowel de klant als u iets. Daarom hier de redenen waarom er vragen gesteld worden in verkoopgesprekken.

- het verkrijgen van informatie
- aandacht geven en respect tonen

- denkdruk verleggen en tijd kopen
- oorzakelijke verbanden achterhalen
- sturen
- de leiding van het gesprek houden
- de klant tot actie aanzetten

Vragen voorbereiden

Probeer tijdens, of het liefst nog vóórdat het gesprek plaatsvindt, antwoord te vinden op de volgende vragen:

- Hoe ziet het organigram er uit van mijn prospect/klant?
- Wat zijn hun overall doelstellingen, strategie en bedrijfsresultaten?
- Welke inkoopstrategie heeft de onderneming?
- Hoe ziet het inkoopproces er uit?
- Hoe werkt de besluitvorming en wie doet hier aan mee?
- Met welke sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen heeft mijn prospect/klant zélf te maken? Hier kunt u op anticiperen met uw aanpak en aanbod.
- Welke specifieke eisen/wensen van het account zijn er ten aanzien van ons bedrijf als leverancier? Tracht de inkoopcriteria en wegingsfactoren boven tafel te krijgen.
- Welke omzetontwikkeling laat mijn klant bij ons zien de afgelopen x jaar? En hoeveel procent is dat van hun totale uitgaven aan producten/diensten zoals wij die leveren?
- Welke lost orders (offertes die niet doorgaan) hebben wij van de klant gekregen met welke reden? Pas hier uw vervolgstراتيجية op aan.

Te gekleurd

Als ik mijn contactpersoon zo goed gegoogled heb dat ik mij een beeld van hem/haar heb gevormd, dan ga ik anders naar de afspraak toe. Anders in die zin dat mijn mening over hem of haar bij voorbaat al gekleurd is. Noem het vooringenomenheid. Ik zag bijvoorbeeld tijdens een Google-actie van mij een tijdje geleden dat mijn contactpersoon naast haar rol als HR-adviseur ook nog een eigen onderneming heeft in het maken en verkopen van sieraden. Ga ik hier iets over zeggen tijdens



het gesprek of niet? Of u ziet allerlei foto's van de contactpersoon van een uit de hand gelopen vrijgezellenfeest en dat hij er aparte

hobbies op na houdt. Hoe gaat u deze ontmoeting in? De man tegenover u zit keurig in het pak, maar u weet wel beter. U hebt op voorhand al een mening gevormd en u bent voorzichtig met uzelf blootgeven, u houdt zakelijke afstand met als gevolg: het gesprek mist het contact en enthousiasme wat u normaal gesproken wel hebt met anderen.

Kijk mij eens

Als u de ander laat merken dat u zich hebt voorbereid, dan hoeft dat niet in goede aarde te vallen bij de ander. Misschien wilt u wel indruk over uw goede voorbereiding maken door te laten blijken dat u voorbereid bent. Tussen de regels door laat u blijken dat u weet dat de vrouw tegenover u vroeger gewerkt heeft bij verzekeringsmaatschappij Insurance, tevens een klant van u. De dame heeft daar geen prettige herinneringen aan en het gesprek slaat dood. Bovendien vindt niet elke prospect of klant het leuk als er een wijsneus tegenover hem/haar gaat zitten van wie het doopcodicil gelicht is.

Ik sprak pas een ervaren accountmanager en die vertelde mij: "Als je al veel weet, kun je ook niet veel

meer vragen. Ik wil écht contact en een gesprek. Door vragen te stellen, krijg ik dat veelal. Ik hoef niet zo nodig indruk op de ander te maken dat ik al veel weet over hen."

Zet deze stelling eens af tegen de uitspraak van verkoopexpert Jan Wage: *wie zich vergeet voor te bereiden, bereidt zich voor vergeten te worden.*

De waarheid over heel goed of niet voorbereid op gesprek gaan, zal in het midden liggen. Bepaal wat bij u past én bij uw gesprekspartner en diens organisatie. Als u daar geen beeld bij hebt, vaar dan op safe: bereid de vragen voor en ga onbevangen het gesprek in. Experimenteer hier eens mee en ervaar wat het meeste plezier, contact en effect oplevert.



Jan-Willem Seip

Salescoach
www.vendicum.nl

monavid
PHOTOGRAPHY

MAKING IMAGES
INSTEAD OF
TAKING IMAGES

WWW.MONAVID.COM