

U krijgt nooit een tweede kans voor een eerste indruk.

Dat is natuurlijk oud nieuws.

We zijn ons er allemaal van bewust, maar hoe vaak staan we er echt bij stil?

IK OF DE ANDER?

Dikwijls gebeurt dat als wij iemand ontmoeten we misschien meer bezig met de indruk die wij van een ander krijgen, dan die wij op een ander maken. ("Wat een apart parfum, interessant dessin op die das"). Natuurlijk willen wij zelf ook een goede indruk maken op een ander, maar dit bedenken we pas als we de das van de ander zien en dat we er zelf ook één om hadden willen doen. Of dat het mooie jasje bij de vrouw tegenover u, ons ietwat ongemakkelijk laat voelen in ons knusse vestje.

HET DRAAIT OM Ú!

Soms kan dat ongemakkelijke gevoel u parten spelen. U voelt zich niet op uw gemak en misschien verschuift de onderlinge verhouding ongezien in het voordeel van de ander. Zonde. Want u heeft een prachtige das, en een perfect jasje. Thuis. Waarom dacht u vanochtend dan dat u het voor de afspraak met de potentiële klant niet nodig zou hebben? U vindt een das niet lekker zitten en ze moeten u maar nemen zoals u bent. En dat jasje wacht al drie weken bij de stomerij op u. Maar ja, met kleine kinderen thuis zit er toch zo weer een vlek op. Kunt u net zo goed een vestje aantrekken. Dat kunt u tenminste zelf wassen. Begrijp me niet verkeerd. Bovenstaande gaat mij niet om uw mening of smaak. Het gaat mij er om dat u zich optimaal presenteert op momenten dat het ertoe doet. En niet afgeleid wordt door het uiterlijk. Grote kans dat u zich beter voelt, meer zelfvertrouwen uitstraalt en alle aandacht van de potentiële klant naar ú gaat.

KLEDING IS AANVULLEND

Even terug naar die eerste indruk. Dat uiterlijk zegt in de eerste paar seconden van de eerste ontmoeting meer dan duizend woorden

en spreekt in ieder geval luider dan wat u feitelijk op dat moment te zeggen heeft. Hoe sneller de aandacht daarna overgaat naar de inhoud, hoe beter. De inhoud komt van u: uw gezicht. Uw ogen en mond spreken. En kleur, vorm en kleding kan ervoor zorgen dat ze dat optimaal doen. Goede kleding, passend bij uw lichaamsvorm, in de juiste kleur en met de juiste uitstraling, laat uw gezicht naar voren komen. Enkele tips ...

LENGTES EN VORMEN

Als u graag in pak voor de dag komt, ga ik er gemakshalve van uit dat dit een confectiepak betreft. Het heet een wonder wanneer confectiekleding u in één keer als gegoten zit. De kleermaker biedt uitkomst. Een veel voorkomende lichaamsvorm bij heren is klein maar breed van stuk. Dat vraagt wel om ruimte in het jasje bij de schouders maar niet om ellenlange mouwen. Bij een confectiepak koopt u dat laatste er wel bij. Kleine mensen met te lange mouwen lijken optisch kleiner dan ze zijn. En omgekeerd zien lange mensen er in te korte broeken of jasjes optisch langer uit. Bij vrouwen komt het vaak voor dat er weinig rondingen in de kleding zitten, die echter wel bij henzelf aanwezig zijn. De broek die bijvoorbeeld bij de taille nog ruimte biedt aan een kilo koekjes, of het jasje dat prima bij de schouders past, maar niet dicht kan. Veelal dient er hier en daar een centimeter te worden aangepast en die centimeters doen wonderen. Laat de broeksband en mouwen innemen, en grote kans dat het als gegoten zit. Dan leidt de vorm van uw kleding weinig meer af.

WAT KLEUR DOET

Dan de juiste kleuren. De kleur van uw kleding laat u er stralend of een tikkeltje moe uitzien. Belangrijk hierbij is het dat u let op de ondertoon van uw huid. Warme tinten kleuren goed bij een warme

huid en koele tinten bij een koele huid. Hiervoor kunt u een geïmagineerd oog vragen een kleurenanalyse bij u te doen. U ziet dan direct of het lichtblauw u flets doet lijken, of dat uw gezicht naar voren komt. Speel ook met de psychologische invloed van kleuren. Een passierood detail fleurt solide en degelijk bruin op. Dat u betrouwbaar en toch creatief bent, vertelt u met een combinatie van donkerblauw en geel. En zwart kan elegant zijn, maar ook treurig. Bedenk wat u wil communiceren.

HOGHE HAKKEN, ECHTE MARATHON

Tot slot de uitstraling. Mocht u vaak boven anderen uittorenen, dan raad ik de streep af. Hooguit subtiel in een overhemd maar neem verder effen, ronde of vierkante vormen in das en overhemd. Houdt u van horloges, gaat uw gang. En als u merkt dat de joekel veel aandacht vraagt van uw gesprekspartner, breng het gerust ter sprake. Wellicht treft u net zo'n verzamelaar als uzelf. Loopt u met gemak de halve marathon op torenhoge hakken? Zolang u niet struikelt en ze in goede staat verkeren, be my guest.

LAAT UW GEZICHT SPREKEN

In alle gevallen spreekt een goed verzorgd uiterlijk klare taal. U verzorgt zichzelf goed? Dan zult u de klant ook goed verzorgen. Mooie materialen en goede accessoires maken het af. En buigt u zich niet teveel over de regeltjes van de mode. Die is immers zo onderhevig aan trends dat wat uit is weer in is en wat in is bijna niet meer kan. Kijk liever in de spiegel en zie of uw gezicht mooi naar voren komt. De eerste indruk die u maakt is 's ochtends. Op uzelf, in de spiegel. Dat gevoel neemt u voor de rest van de dag met u mee. Laat die kleding ondergeschikt zijn: uzelf bent immers veel interessanter dan wat u draagt.

Wellicht dat u bij het volgende gesprek het heerlijk vindt om een das te dragen, of met volle overtuiging er géén om hebt. Of een jasje op maat heeft laten maken. Maar dat het uzelf in ieder geval niet afleidt van hetgeen u op dat moment doet: de deal van het jaar sluiten. Succes!

Laura Dufour is oprichter en eigenaar van Het Stijlbureau. Het Stijlbureau adviseert particulieren en bedrijven op het gebied van kleding en presentatie. Laura Dufour is daarnaast onder andere columnist bij het Financieel Dagblad en schrijft over communicatie via kleding op de werkvloer www.hetstijlbureau.nl

Dit artikel staat onder redactie van sales coach Jan-Willem Seip van Vendicum www.vendicum.nl

Onbetwist uw tuinspecialist

Column Ron van der Maarel



Tijd voor een nieuwe tuin.

Mooi, maar hoe kom ik aan een 'mannetje' die een tuin kan aanleggen? Laat ik eerst maar eens in de buurt wat rondvraag doen wie goede ervaringen heeft. Zo werkt dat toch? Het meeste vertrouwen heb je in jezelf, op de voet gevolgd door het vertrouwen in mensen die je kent.

Op één of andere manier kwam ik niet echt verder, dus daalde ik verder af in de zogenaamde vertrouwenspyramide. Niet via mijn netwerk, dan maar richting marketinguitingen. Ik pak dat gele boekwerk, kijkt bij 'tuin' en word overspoeld door honderden 'mannetjes' die heel goed zijn in tuinen: allemaal onbetwist uw tuinspecialist!

Hoe moet ik hier nu een keuze uit maken?

Het probleem is: ik weet best wat ik wil, alleen niemand schrijft dat hij mij kan snel kan helpen aan een eenvoudige tuin. Opvallend is ook dat alle tuinboeren alles kunnen, van ontwerp tot aanleg en allemaal tegen scherpe tarieven.

Uiteindelijk koos ik een grote, middelgrote en kleine advertentie. Zal wel overeenkomen met hun personeelsaantal dacht ik. Na een intakegesprek beloofden de heren snel met een offerte te komen. Ik heb er uiteindelijk één gekregen. Gelukkig van diegene die ook op tijd arriveerde en z'n offerte mondeling kwam toelichten. Nu zit ik in mijn nieuwe tuin en denk ik na over de belofte die mijn tuinspecialist in de advertentie maakte. Vind ik hem ook onbetwist mijn tuinspecialist? Gelukkig wel. Dus nu wacht ik tot iemand bij mij aanbelt voor vrijblijvend tuinadvies. Ik weet er wel eentje!

Is de koopcyclus die ik doormaakte nu vergelijkbaar met die van uw prospect? Jazeker. Dus als u de volgende keer iets koopt kunt u zich de vraag stellen: wat vond ik goed aan de transactie en wat kon beter? Om zelf ook de onbetwiste sales-specialist te blijven!

Ron van der Maarel
rvdmaarel@salescompanion.com