

Hoofdstuk over effectieve verkoop Frank Voorbeeld

Er zijn drie voorwaarden voor effectief verkopen:

-Ten eerste moet de verkoper inzicht hebben in zichzelf, zijn sterke punten benutten en werken aan de zwakke punten. Hij moet weten welke perceptie de verschillende klanten van hem hebben.

-Ten tweede moet de verkoper inzicht hebben in anderen, met name klanten die anders zijn dan hijzelf. Klanten hebben vaak afwijkende behoeften, verwachtingen, verlangens en drijfveren en de verkoper moet deze verschillen waarderen en respecteren.

-Ten derde moet de verkoper zijn gedrag afstemmen op de klant, zodat hij een betere omgang met, aansluiting bij en beïnvloeding van de klant kan bewerkstelligen.

Dit hoofdstuk heeft als doel om ondersteuning te bieden bij de ontwikkeling van deze drie voorwaarden in elke fase van het verkoopproces. Onderstaand model laat een overzicht zien van elke fase van het verkoopproces en de bijbehorende onderdelen die in dit hoofdstuk aan bod komen. Gebruik dit hoofdstuk om strategieën te ontwikkelen voor betere relaties met de klant, meer zelfinzicht en betere verkoopresultaten.

Overzicht van verkoopstijl

Deze uitspraken geven een breed inzicht in de verkoopstijl van Jeroen. Gebruik dit onderdeel om meer inzicht te krijgen in de manier waarop hij met klanten omgaat.

Frank is graag actief en werkt het liefst met klanten die op de toekomst zijn gericht. Hij neemt liever het voortouw dan dat hij de dagelijkse aspecten van het verkoopproces moet beheren. Hij kan de gepaste oplossing doorgaans duidelijk zien, maar zal niet altijd op zoek gaan naar alternatieven. Frank weet op natuurlijke wijze te laveren tussen persoonlijk en zakelijk gedrag en probeert zo een goede aansluiting te vinden bij de klant. Aangezien hij zich een beeld kan vormen van commerciële kansen die op dit moment onmogelijk lijken, is het mogelijk dat deze eerder worden genomen dan dat anderen voor mogelijk hadden gehouden. Zijn stelligheid kan sommige klanten over de streep trekken, alhoewel het tegelijkertijd ervoor kan zorgen dat ze met bepaalde vragen blijven zitten. Hij kan onverdraagzaam zijn jegens klanten die minder snel van begrip blijken te zijn dan hij had verwacht. Frank is een inventief groepsmens en zijn intuïtieve visie zorgt voortdurend voor nieuwe commerciële ideeën. Door zijn grote behoefte aan zowel het geven als het ontvangen van bevestiging en waardering, gaat hij enthousiast om met zijn klanten en collega's. In zijn getuigschriften zal mogelijk melding worden gemaakt van zijn kritische probleemoplossende vaardigheden. Hij krijgt klanten vaak via via op een presenteerblaadje aangeboden, omdat hij gemakkelijk en veel contacten legt. Zware tegenstand van nog niet overtuigde potentiële klanten doet doorgaans geen afbreuk aan zijn besluitvaardigheid en vastberadenheid. Hij heeft een flexibele aanpak om verkoopproblemen op te lossen

1. Voordat de verkoop begint

Het verkopen begint lang voordat het formele verkoopproces van start gaat. Het gaat ook nog door lang nadat de handtekeningen zijn gezet. Hier volgt een aantal belangrijke punten waarvan Frank zich bewust dient te zijn tijdens die eerste voorbereidende fase waarin plannen worden gemaakt en de klant voor het eerst wordt benaderd..

Kwaliteiten van Frank in de eerste fase van het verkoopproces:

Hij initieert verkoopactiviteiten en houdt de touwtjes in handen.

- Hij bepaalt korte en lange termijndoelstellingen voor het verkooptraject.
- Bij het genereren van leads gaat hij enthousiast en energieke werk.
- Bij de benadering van nieuwe klanten, weet hij vastberadenheid met toewijding te combineren.
- Hij gaat de strijd aan om te winnen.
- Hij is uiterst vindingrijk in het benaderen van potentiële klanten.

Voordat de verkoop begint, zou Frank:

- Meer onderzoek kunnen verrichten naar de klant, de markt en de concurrentie.
- Bereid moeten zijn om zijn risicovolle strategieën, indien nodig, goed te kunnen onderbouwen.
- Mogelijke risico's open en eerlijk kunnen beoordelen.
- Zijn activiteiten nauwkeurig en waarheidsgetrouw schriftelijk kunnen registreren.
- Duidelijke en haalbare doelstellingen kunnen bepalen voor die eerste fase van het verkooptraject.
- Moeten proberen om de mogelijkheden van een klant niet te hoog in te schatten.



2. Behoeften identificeren

Het benoemen van de behoeften van de klant is gericht op het in kaart brengen van wat er werkelijk speelt. Aan de hand van onderstaand advies en aandachtspunten kan Frank de behoeften van de klant identificeren.

Kwaliteiten van Frank bij het identificeren van de verkoopbehoeften:

- Hij slaat snel een brug tussen de behoeften van de klant en het product.
- Hij is beknopt en scherp in zijn communicatie.
- Hij daagt potentiële klanten uit om in te zien dat onmiddellijke verandering noodzakelijk is.
- Hij heeft uitstekende relationele vaardigheden.
- Hij zorgt bij interacties voor een hoog tempo.
- Hij weet altijd de juiste "knoppen" te vinden om de verbeeldingskracht van zijn klanten te stimuleren.

Bij het identificeren van de behoeften, zou Frank:

Er op kunnen letten dat hij klanten de tijd gunt om hun zinnen af te maken voordat hij reageert.

- Geen vooringenomen conclusies kunnen trekken.
- Minder kunnen vertellen en zo meer te weten kunnen komen!
- Tijdens de gespreksfase meer gedetailleerde en goed georganiseerde aantekeningen kunnen maken.
- Minder kunnen veronderstellen en juist meer onderzoekende vragen stellen.
- Zich meer kunnen richten op het volgen van gevestigde en beproefde procedures.



3. Voorstel maken

Als de behoeften van de klant eenmaal in kaart zijn gebracht, vormt de fase van het voorstel de brug tussen de behoeften van de klant en de huidige situatie. Hier volgt een aantal belangrijke suggesties die Frank kunnen helpen om een krachtige en effectieve stijl te ontwikkelen voor het maken van verkoopvoorstellen.

Kwaliteiten van Frank bij het maken van verkoopvoorstellen:

- Hij komt met uiterst creatieve voorstellen.
- Hij pikt non-verbale signalen goed op en gebruikt deze om de voortgang in te schatten.
- Hij heeft een positieve, professionele uitstraling.
- Hij is altijd bereid om de onconventionele oplossing in overweging te nemen.
- Hij heeft een directe manier van communiceren en beschikt over uitstekende sociale vaardigheden.
- Hij stimuleert zijn klanten om grootse dromen te hebben.

Bij het maken van verkoopvoorstellen zou Frank:

- Risicovolle voorstellen grondig en degelijk moeten kunnen onderbouwen.
- De voordelen voor de klant kunnen omschrijven en die niet overdrijven.
- Meer rekening kunnen houden met de meer subtiele, achterliggende zaken.
- Regelmatig kunnen checken of de klant nog tevreden is met de gang van zaken.
- Voorstellen tot in de kleinste details kunnen nakijken.
- Een beperkter aantal opties kunnen aandragen.



4. Omgaan met weerstand

Als de relatie met de klant goed en effectief is opgebouwd, zou de koopweerstand in theorie laag moeten zijn. Dit is echter niet altijd het geval. Dit onderdeel beschrijft een aantal strategieën die Frank kan benutten om effectief met weerstand om te gaan.

Kwaliteiten van Frank bij het omgaan met koopweerstand:

- Hij gebruikt zijn intuïtie om de addertjes onder het gras in het verkoopproces bloot te leggen.
- Hij doet een beroep op zijn sterk ontwikkelde mensgerichte vaardigheden om tegenargumenten uit de weg te gaan.
- Hij schakelt snel en direct wanneer hem een kritische vraag wordt voorgelegd.
- Wanneer hij onder druk wordt gezet kan hij zijn reactie krachtig verwoorden.
- Hij verdrijft met zijn sterke prestatiedrang de meeste weerstand.
- Hij doet in zijn reactie op de klant een beroep op diens rationale en emotionele beweegredenen.

Bij het omgaan met koopweerstand zou Frank:

- Er aan kunnen denken om zaken waarover overeenstemming is bereikt even kort samen te vatten
- Het belang voor ogen kunnen houden van meer vragen stellen en écht luisteren naar de antwoorden.
- Niet zomaar over de bezwaren van de klant heen moeten stappen omdat hij de deal snel wil afronden.
- Meer gedetailleerde informatie kunnen aandragen dan hijzelf misschien noodzakelijk acht.
- Voortdurend gespitst kunnen zijn op non-verbale signalen van koopweerstand.
- De verleiding kunnen weerstaan om overhaaste conclusies te trekken.



5. Commitment winnen

Het afsluiten van de deal zou een natuurlijk verloop moeten zijn van het verkoopproces. Dit proces moet niet eindigen in conflict! Als uw klant vertrouwen in u heeft, precies weet wat hij/zij van u koopt en uw product ook nodig heeft, is dat het moment waarop u het commitment van die klant kunt winnen. Hier volgen de kwaliteiten en ontwikkelpunten van Frank bij het over de streep trekken van de klant.

Kwaliteiten van Frank bij het over de streep trekken van de klant:

- Hij geeft blijk van snelle en dynamische onderhandelingsvaardigheden.
- Hij is iemand die op een stimulerende en vastbesloten wijze de deal rond krijgt.
- Hij houdt het proces aan de gang.
- Hij haalt met zijn aanstekelijke enthousiasme de opdracht binnen.
- Hij is iemand die op enthousiaste en volhardende wijze de zaak rond weet te krijgen.
- Hij houdt ervan om de regie van het proces in handen te nemen.

Bij het over de streep trekken van de klant, zou Frank:

- Zich bewust moeten zijn van zijn neiging om eindeloos door te blijven praten, zelfs als de verkoop al rond is.
- Kunnen proberen om de opdracht stapsgewijs binnen te halen in plaats van deze ad hoc binnen te slepen.
- De kans op misverstanden kunnen verkleinen door minder te veronderstellen.
- Het contract op voorhand ter bestudering kunnen geven.
- Kunnen respecteren dat sommige klanten meer tijd nodig hebben om na te denken voordat zij tot een beslissing komen.
- Kunnen vragen om opheldering ook wanneer hij denkt dat het niet nodig is.



6. Relatiemanagement

Nu u een band hebt opgebouwd met uw klant, is het uw taak om die relatie voort te zetten en uw klant van dienst te zijn. Dit gaat verder dan de oorspronkelijke verkoopovereenkomst. Hier volgt een aantal ideeën die Frank kan gebruiken om zijn klanten te blijven ondersteunen en informeren.

Kwaliteiten van Frank in relatiebeheer:

- Hij blijft zich voortdurend bewust van verdere verkoopkansen.
- Als gevolg van het positieve contact dat hij onderhoudt met zijn klanten bevelen zij hem veelal aan bij anderen.
- Hij streeft bij de eerste de beste gelegenheid naar het binnenhalen van grote vervolgoedragen.
- Hij geniet van het gezelschap van klanten en beschouwt velen van hen als zijn vrienden.
- Hij is altijd zeer gespitst op nieuwe ontwikkelingsmogelijkheden.
- Hij zal snel actie ondernemen om problemen met de dienstverlening direct op te lossen.

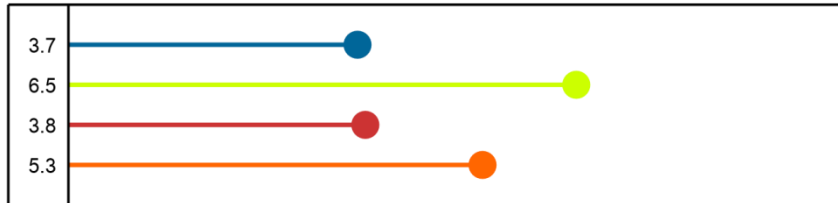
In zijn relatiebeheer zou Frank:

- Zodra de verkoop erdoor is, data kunnen vaststellen voor evaluatiegesprekken met de klant.
- Alle documentatie nog eens kunnen controleren voordat hij deze aan de klant geeft.
- Zich moeten realiseren dat niet al zijn klanten altijd tevreden zullen zijn.
- Ontvankelijker kunnen zijn voor de voordelen die het ontwikkelen van langdurige klantrelaties met zich meebrengt.
- Kunnen proberen om met de klant duidelijke afspraken te maken over de volgende stap.
- Kunnen vragen om aanbevelingen en getuigschriften op papier te zetten.



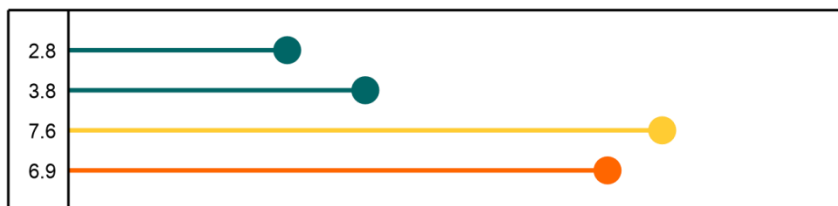
Verkoopvoorkeuren

Voordat de verkoop begint



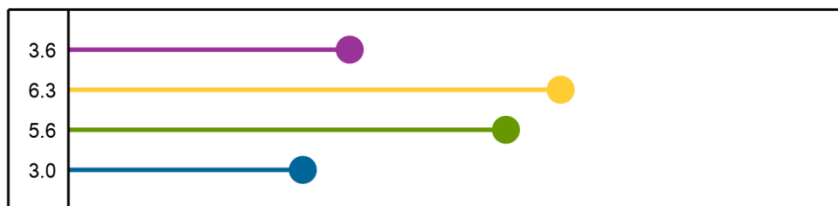
- Onderzoek doen
- Vertrouwen opbouwen
- Heldere doelstellingen
- Afspraken krijgen

Behoeften identificeren



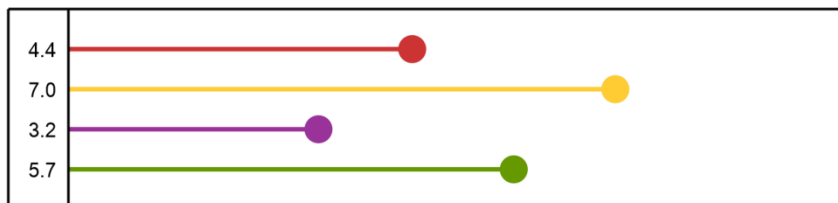
- Luisteren
- Kritische vragen stellen
- Aanmoedigen
- Kansen creëren

Voorstel maken



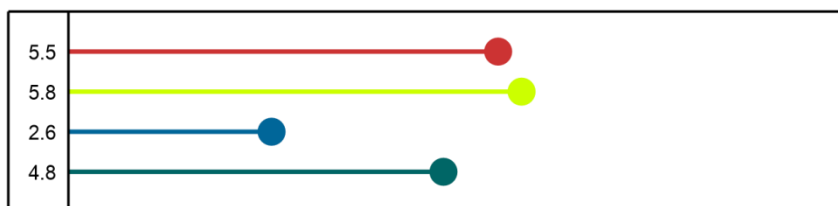
- Gefocust en relevant
- Enthousiaste presentatie
- Begrip tonen voor behoeften
- Organisatie & accuratesse

Omgaan met weerstand



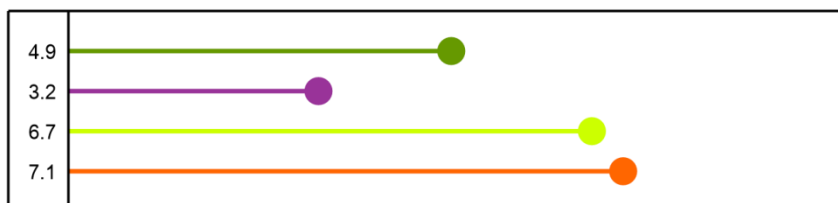
- Bezwaren direct aanpakken
- Overtuigingskracht
- Details toelichten
- Zorgpunten wegnemen

Commitment winnen



- Afsluiten
- Flexibiliteit
- Risico's minimaliseren
- Voldoen aan klantbehoeften

Relatiemanagement



- Contact onderhouden
- Accountplanning
- Relatiebeheer
- Ontwikkelen van account/klant