

Voorwoord

Dit praktische handboek is geschreven om ondernemers in de (administratieve) dienstverlening te ondersteunen met praktische tips om via de traditionele marketing weg nieuwe klanten te genereren.

De allerbeste manier om klanten te werven hebben we in de loop der jaren uit ervaring en kennis doorontwikkeld. Hierdoor hebben we diverse franchiseorganisaties zoals Kubus en Cijfermeesters kunnen helpen met de start of groei van hun kantoor.

Wij geloven nog steeds dat traditionele marketing erg doeltreffend is om op korte termijn een groei te realiseren. Voor boekhouders en accountants is het vaak moeilijk om in korte tijd een gezond bedrijf te hebben. De markt is zo dat ondernemers en bedrijven die al voorzien zijn van een boekhouder of accountant niet zo snel de overstap maken naar een nieuwe dienstverlener ondanks dat merk ik dat er best veel ontevredenheid heerst bij veel van deze ondernemers. Deze ondernemers hebben dan vaak dat duwtje in de rug nodig om eens met een andere boekhouder of accountant in gesprek te gaan.

Dit handboek biedt handig tips om als (introverte) boekhouder toch aan nieuwe klanten te komen.

Inhoud

1. De pitch
2. Intonatie en taalgebruik
3. Motivatie en discipline
4. Voorbereiding
5. Open vragen vs. gesloten vragen
6. Bezwaren en weerleggen
7. 80/20 regel
8. Straight Line Theory (rode draad van een gesprek)
9. Gunfactor
10. Doelgroep
11. De goed getrainde receptionist(e)
12. Koopsignalen ontdekken
13. Inventarisatie
14. Closing (afsluittechnieken)
15. Kortom
16. Samenvatting

1. De Pitch

In de pitch vertel je de sterke punten van je bedrijf of van jezelf als boekhouder. Eigenlijk komt de pitch pas verder op in het gesprek. Het is van belang om niet direct met de deur in huis te vallen door je sterke punten te benoemen. Vertel eerst waarom je überhaupt belt. Het voordeel is wanneer je belt, dat een ondernemer altijd tijd voor je heeft. Het kan immers ook een potentiële klant voor hem/haar zijn.

Voorbeeld:

Vertel eerst wie je bent

Jij: "Goedendag, u spreekt met Jan de Vries"

Uit mijn ervaring heb ik geleert om niet direct mijn bedrijfsnaam te noemen.

Dus niet!

Jij: "Goedemiddag, u spreekt met Jan de Vries van administratiekantoor de Vries"

9 van de 10 ondernemers zullen direct het gesprek afbreken en gunnen je niet meer de kans om je verhaal af te maken. Ze hebben immers (vaak) al een boekhouder of denken een boekhouder niet nodig te hebben. (Weer zo'n bedrijf die zijn diensten wil aanbieden)

Steek niet direct van wal, maar vraag of de persoon in kwestie tijd heeft.

Jij: "Goedendag, u spreekt met Jan de Vries. Bel ik u op een goed moment of bent u erg druk?"

Hij/zij: "Goedendag, nee, ik heb het momenteel erg druk. Geen tijd!"

Toon daarmee begrip en probeer je verhaal er op dat moment ook niet "door te drukken".

Jij: "Geen probleem, ik probeer het later nog wel even, wanneer schikt het u beter of wanneer heeft u iets meer tijd?"

Om je begrip iets meer kracht bij te zetten kun je altijd dingen toevoegen als:

Jij: "Zaken gaan voor en mijn vraag staat niet in de brand"

Jij: "Ik snap u helemaal, dan hang ik snel op"

Kom altijd je afspraak na, als de ondernemer aangeeft wanneer je kunt bellen, bel dan ook. Dit is zo belangrijk, bel je op een andere dag of tijdstip dan is afgesproken, dan komt de ondernemer daar altijd op terug en heb je je kans vaak al verspeelt!

Jij: "Goedendag, u spreekt met Jan de Vries. Ik had u eerder vandaag/gister/vorige week/

dinsdag even kortom aan de lijn gehad, komt het nu beter uit/schikt het op dit moment wel?"

Komt het nu weer niet uit, blijf dan wel gemotiveerd. Er komt een moment dat hij wel tijd heeft. En met een paar keer bellen, onthoudt hij je naam ook nog eens.

Hij/zij: "Ja het komt nu goed uit, waarmee kan ik u helpen"

Draai nooit om je uiteindelijke vraag heen. Wanneer je je verhaal lang maakt zal degene aan de lijn vergeten wat je aan het begin van het gesprek gezegd hebt. Belangrijk dat je de 4 sec regel gebruikt. In 4 sec vertel je waar je voor belt, maak je het langer dan verliest de persoon aan de lijn de aandacht

Jij: "Goedendag, u spreekt met Jan de Vries. Nou waar ik voor bel: Ik ben eigenaar van een administratiekantoor/accountantskantoor hier in de buurt en om maar met de deur in huis te vallen, ik ben op zoek naar nieuwe klanten. Ik zou heel graag eens de kans krijgen om met u persoonlijk in gesprek te komen om te laten zien wie ik ben, wat ik doe en wat ik voor U zou kunnen betekenen."

Ander intro's die ik ook dikwijls gebruik:

Jij: "Ik zal er niet om heen draaien"

Jij: “Lang verhaal kort, ik werk voor/ben eigenaar van administratiekantoor de Vries en ik ben heel simpel gezegd op zoek naar nieuwe klanten”

Jij: “Ik heb een ietwat brutale vraag, ik werk voor/ben eigenaar van administratiekantoor de Vries, een administratiekantoor uit de buurt en ik ben op zoek naar nieuwe relaties voor ons kantoor”

Jij: “Ik werk voor het leukste administratiekantoor uit de regio genaamd administratiekantoor de Vries en we zijn altijd op zoek naar nieuwe klanten en ik dacht ik bel u ook eens”

Wees niet bang om deze vragen te gebruiken in je gesprek. Met deze vragen, word je al snel gezien als een sympathieke gesprekspartner. Je wekt een gunfactor op en mensen zijn bereid om naar je te blijven luisteren.

Sluit je intro altijd af met de “koopvraag”:

Jij: “Wat zou ik er nu voor moeten doen om een keer persoonlijk met u in gesprek te mogen komen?”

Jij: “Wat kan ik doen om met u eens aan tafel te mogen zitten om hierover te praten?”

Jij: “Zou dat een keer uitkomen?”