

Voorwoord

Dit praktische handboek is geschreven om ondernemers en bedrijven 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 ontwikkeld. Hierdoor hebben we diverse bedrijven, waaronder Kubus Accountants (franchise boekhoudkantoren) en Photolito Europe BVBA (Kodak distributeur), kunnen helpen met de start of groei van hun bedrijf.

Wij geloven nog steeds dat traditionele marketing erg doeltreffend is om op korte termijn een groei te realiseren. Voor ondernemers en bedrijven is het vaak moeilijk om in korte tijd een nieuw product of dienst in de markt te zetten. Dit boek geeft ondernemers, accountmanagers en verkopers de handvatten om verder te kunnen groeien in klanten en omzet.

Het boek beschrijft alle aspecten van de verkoop. Van koude acquisitie tot de afspraak en de deal sluiten.

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. Tot slot

1. De Pitch

In de pitch vertel je de sterke punten van je bedrijf of je product. 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

“Goedendag, u spreekt met Jan de Vries”

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

Dus niet!

*“Goedemiddag, u spreekt met Jan de Vries
van leverancier van”*

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 soortgelijk product of dienst en zullen die

van jouw niet nodig te hebben. (Weer zo'n bedrijf die zijn dienst/product wil aanbieden)

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

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

*"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".

*"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:

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

"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!

“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, mits je vrolijk en enthousiast blijft.

“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

“Goedendag, u spreekt met Jan de Vries. Nou waar ik voor bel: Ik ben de eigenaar/accountmanager van en om maar met de deur in huis te vallen, ik ben

op zoek naar nieuwe klanten/om een nieuw product te mogen presenteren. 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:

“Ik zal er niet om heen draaien”

“Lang verhaal kort, ik werk voor/ben eigenaar en ik ben heel simpel gezegd op zoek naar nieuwe klanten/de kans om ons assortiment/een nieuw product die wij hebben te mogen presenteren”

“Ik heb een ietwat brutale vraag, ik werk voor/ben eigenaar, leverancier van..... uit en ik ben op zoek naar nieuwe relaties”

“Ik werk voor het leukstebedrijf genaamd..... 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, wordt 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”:

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

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

“Zou dat een keer uitkomen?”

“Wat zou ik ervoor moeten doen, u eens, onze efficiënte en voordelige werkwijze/onze producten te mogen laten zien?”

Vermijdt zoveel mogelijk dwingende woorden als bijvoorbeeld moeten en willen, tenzij het om jezelf gaat. Door woorden te gebruiken als kunnen, mogen en zullen stel je je nederig op.

“Ik wil graag een keer met u in gesprek komen”

“Je kan wel meer willen, maar dat gaat niet gebeuren”