

DE NIEUWE WEG

In 7 stappen naar meer omzet

DE NIEUWE WEG

**In 7 stappen naar
meer omzet**

Jochum Jarigsmā

Copyright en colofon

© 2015 Jochum Jarigsmā

Tekstadvies en redactie: Nienke van Oeveren (Boekredactie)

en Marjolein Westerterp (MW media)

Ontwerp en layout: Twin Media bv

Foto auteur: Yvette Geerts

Druk- en bindwerk: Weevers, Vorden

ISBN 9789491757211

NUR 800

Eerste druk, augustus 2015

www.bbpublishers.nl/weg

Niets uit deze uitgave mag worden veeveelvoudigd en/of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm, social media of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Elke overeenkomst met bestaande personen berust op louter toeval.

Meer verdieping over de ondernemersvaardigheden uit dit boek vind je op Verkoopresultaat.nl

Voorwoord

Dit verhaal gaat over de nieuwe weg. Jouw nieuwe weg als ondernemer. Veel ondernemers vinden het heel lastig om precies dat te doen wat de klant van hen nodig heeft. Hoe bedien je de klant optimaal, zodat beide partijen – klant en ondernemer – krijgen wat ze willen? De zogenoemde win-win, waar iedereen de mond van vol heeft.

Al ruim tien jaar begeleid ik mensen in organisaties en bedrijven om te komen tot een maximale *fit* tussen hun aanbod en de vraag van de klant. Sinds 2010 ben ik verbonden aan vier universiteiten en vijf hogescholen om jonge ondernemers te helpen bij hun eerste schreden op het spannende pad van het ontdekken van vraag en aanbod in de markt. Hun eerste horde is het vormgeven van hun propositie. Pas daarna lopen ze, net als gevestigde ondernemers, aan tegen de grote verscheidenheid aan wensen en behoeften van (potentiële) klanten.

Er zijn veel boeken geschreven voor ondernemers over verkoop en ondernemersvaardigheden. Dit boek leert je geen nieuwigheden, dus als je op zoek bent naar de laatste theorie over marketing of een innovatie in een bepaald model, leg het dan weg of koop het niet. *De nieuwe weg* gaat over het *vak* van verkoper, een rol die je als succesvol ondernemer goed moet kunnen vervullen. Een vak waarvan je – net als bij een taal – gewoon de regels uit je hoofd leert en die vervolgens toepast. *De nieuwe weg* is een zoektocht naar wat je nodig hebt om een succesvolle ondernemer te zijn en hoe je het gunproces positief kunt beïnvloeden. Op een toegankelijke én goedkope manier – je hoeft geen dure training of seminars te volgen – neem je de lessen tot je.

In zeven stappen kom je tot succesvol ondernemerschap. Uiteraard heb je een goed product of dienst (propositie) nodig (1), vervolgens een (niche)markt die wat heeft aan jouw propositie (2). Dan ga je op zoek naar klanten in die markt (3) en je doet onderzoek naar hun behoeften (4). Als er raakvlakken zijn met jouw propositie, doe je – vergezeld van een goed advies – een aanbod (5). Soms moet je bezwaren of koopweerstand oplossen (6) om tot de deal te komen (7). Deze zeven stappen vind je terug in het boek.

Veel slimme ondernemers lijken er een hekel aan te hebben om zichzelf te verkopen. Dit boek leert je dat het ook anders kan. Dat er manieren zijn waarop je én de klant én jezelf goed bedient. Dit boek is dus voor iedereen die een hekel aan (zichzelf) verkopen heeft, maar wel wat ‘moet’ met klanten. Verkopen is namelijk een essentiële vaardigheid voor ondernemers. Je verkoopt vaak jezelf. Als je weet wat jouw klant nodig heeft, kun je je propositie daarop aanpassen. Je bedient je klant beter en levert dus meer waarde, waardoor die meer tevreden is en dit levert je nieuwe klanten op. Ook gaat je omzet omhoog en kun je je tarieven verhogen. Met jouw vaardigheden maak je je eigen leven gemakkelijker en kun je ervoor kiezen de wereld beter te maken.

Dus verdiep je in *de nieuwe weg* en neem de lessen tot je, zodat je zelf een nieuwe weg in je ondernemerschap inslaat. Heb je het boek uit en ben je succesvoller als ondernemer, geef het dan door aan een andere ondernemer. Ook mag je – met bronvermelding – citeren zoveel als je wilt.

Ik wens je veel plezier bij het lezen en hoor graag wat je ervan vindt.

Jochum Jarigsmas, Bussum, 2015
jochum@jarigsmas.nl

Dit boek is opgedragen aan mijn drie prachtige kinderen Lasse, Jouke en Rijnje opdat zij op een dag ook de reikwijdte en de rijkdom van het ondernemerschap ervaren. Ook is het opgedragen aan iedereen die mij ooit in mijn ondernemerschap heeft bekrachtigd, waarvoor dank.

Proloog

Het gaat weer nergens over! Rutger hoort gedwee de bankier uit Hongkong aan in een *conference call*. Gelukkig heeft de man toegang tot geld, veel geld. In ruil daarvoor biedt de bank waarbij Rutger werkt hem voet op Nederlandse bodem.

Het gesprek sukkelt voort met formaliteiten, maar Rutger weet dat de *deal* binnen is en dat zijn baas tevreden zal zijn. Over een paar maanden maakt hij promotie en hoeft hij als junior dealmaker niet meer deze gesprekken te voeren. En verdient hij een heel stuk meer. Gelukkig, want hij heeft al een aanbetaling gedaan voor een zeilbootje. Dat deze Aziaat de Nederlandse bancaire sector wil overnemen zoals hij al deed met de drogisterijen, maakt hem niet zoveel uit.

'I wanna be a billionaire so freakin' bad. Buy all of the things I never had. Oh every time I close my eyes. I see my name in shining lights. A different city every night oh right. I swear the world better prepare. For when I'm a billionaire. Oh ooh oh ooh for when I'm a billionaire. Oh ooh oh ooh for when I'm a billionaire...'

Rutger zet zijn radio wat harder en slaat voor Assen af naar de N33 richting Veendam. Wat een armoede is het hier ook! Zo veel aftandse huizen te koop en zelfs een billboard van de Vereniging voor Minima. 'Kom ook naar ons congres.' Rutger denkt terug aan het werk als vrijwilliger bij de schuldhulpverlening dat hij ooit in Amsterdam deed. 'Die mensen zitten in afschuwelijke omstandigheden. Daar zal ik nooit in terecht komen,' belooft hij zichzelf hardop.

Hij is gaar van het lange autorijden. Twee uur met dit tweedehands barrel vanaf Amsterdam is best lang! Waarom is zijn oma ooit in dat verlaten Veendam gaan wonen? Daar gebeurt zelfs voor een bejaarde niets! Rutger is er al een paar jaar niet meer geweest, maar op weg

naar Schiermonnikoog kan hij mooi even langswippen. Naast hem op de stoel ligt op zijn aktetas het *Dagblad van het Noorden*, dat hij bij het laatste tankstation nog even meegegrist heeft. Zijn oog valt op een artikel over het eiland. 'Meego boort naar schaliegas in Noord-zee' en halverwege het artikel staat in vette letters: 'Nieuwe weg naar Schiermonnikoog lijkt onvermijdelijk'. Blijkbaar gaat ook Schier mee met zijn tijd. Dat is goed, want daarmee trek je toeristen aan en die nemen geld mee.

Rutger is eigenlijk op weg naar Schiermonnikoog om een plan te maken hoe hij meer omzet kan maken met zijn interim-werkzaamheden. Na zijn ontslag bij de bank heeft hij een jaar interimwerk bij verschillende banken gedaan. Hij verwachtte daarmee een vliegende start te kunnen maken als ondernemer, maar dat viel wat tegen. Zijn netwerk buiten de bank bleek niet zo groot en ondanks de tijd die hij in zijn bedrijf stopte, leverde dit minder op dan gehoopt door de gaten tussen de opdrachten. Voor zijn vriendin had hij nauwelijks tijd, dus dat ging uit. Inmiddels heeft hij zijn leaseauto ingeruild voor een tweedehands Peugeotje, en gaat hij nu een maand op Schiermonnikoog doorbrengen om een goed plan te maken.

Hij verlangt naar Schier, het geluid van de zee dat je overal op het eiland hoort en het helmgras dat deint op de wind. Als kind heeft hij vaak gelogeerd bij zijn oom en tante die een huisje op Schier hadden. Een huisje op het eiland is een luxe die hij ook ooit hoopt te mogen genieten.

'Eerst veel geld verdienen', grinnikt Rutger.

Ach en even langs oma is ook prima. Nu hij niet meer voor de bank werkt, heeft hij eindelijk tijd om haar weer eens te zien. Zijn oma is eigenlijk een lief mensje. Voorbij de negentig, maar nog helemaal bij de tijd. Ze bridget al een paar jaar op haar iPad en rijdt nog zelf in haar knalrode Rover.

'Je ziet er moe uit, jongen,' zegt oma terwijl ze hem bezorgd aankijkt.

'Ja, ik ben ook moe na al dat gedoe bij de bank en daarna om mijn

bedrijf op te zetten. Het is hard werken, maar ik ben blij dat ik bij de bank weg ben. Dat nooit meer.'

'Nou ja, nu kun je lekker een maand gaan uitrusten. Daar kijk je vast naar uit. Hier, neem nog een stroopwafel. Heb je al een idee wat je nu wilt gaan doen?'

'Nee, nog niet echt. Ik wil in ieder geval nooit meer voor een baas werken en nooit meer bij een bank, waar de managers en bestuurders met al het geld weglopen. Ze zijn dom en onbekwaam en strijken ondertussen torenhoge bonussen op! Ik werkte me als dealmaker bij de bank helemaal het schompes - sorry oma - om hun bonussen te verdienen! Maar verdiende zelf te weinig om écht leuke dingen te kunnen doen. Ik wil in ieder geval nu eens goed geld gaan verdienen!'

Oma schrikt van zijn felheid: waar is de leuke, zachteardige Rutger gebleven, zie je haar denken. Als kind hielp hij altijd anderen, nu denkt hij alleen maar aan zichzelf.

'Wat ik per se niet wil,' vervolgt Rutger met afkeer in zijn stem, 'is in dezelfde armoede leven als toen ik klein was. Ik wil nu ook wel eens luxe dingen kopen, een goede auto, mooie schoenen en een huis in het centrum van Amsterdam, zoals bankiers dat doen. Als kind heb ik nooit merkkleren en dure computerspelletjes gehad.'

Rutger herinnert zich een middag uit zijn middelbareschooltijd toen hij huilend thuiskwam en zichzelf beloofde nooit, maar dan ook nooit meer arm te zijn.

'Hee sukkel. Wat heb jij aan? Zeeman zeker? Kunnen je ouders geen Nikes voor je betalen?'

'Ach flikker toch op. Ik zeg toch ook niks over jullie?' Hij realiseerde zich dat hij niet overtuigend klonk, schoor haast. De grootste van de drie jongens drong zich naar voren.

'We moeten jou niet op deze school. Onderkruipsel!'

Toen Rutger zich omdraaide en wegliep, blokkeerde één van de jongens de weg en stootte 'per ongeluk' met zijn elleboog tegen Rutgers neus. Bloedneus. De conciërge die net langsliep, betekende zijn redding en zijn kwelgeesten stoven weg. Maar de lijdensweg was nog niet ten einde.

'Wat is hier aan de hand, Kooisma? Toch geen rottigheid aan het uit-

Hoofdstuk 4 'Geen interesse'

'Met Rutger Kooisma.'

'Met Fred Ranzijn. Ik wil je niet op stang jagen, maar over drie weken is het 31 mei en dan is de eerste aflossingstermijn van de lening. Je weet dat je bijna 22.000 euro moet betalen. Ik bel je even om zeker te weten dat je bezig bent om geld te genereren.'

'Jazeker Fred, dat ben ik aan het doen.'

Verbeeldt Rutger het zich nou of klinkt zijn eigen stem bibberig? Fred is de aardigste van het syndicaat dat hem drie miljoen euro heeft geleend. De voorwaarden zijn streng; een rente van 8,75 procent en elke maand aflossen, anders is de lening meteen opeisbaar. Maar ja, wat kan hij doen? Zonder *track record* heeft hij geen poot om op te staan. Dit zijn de enige investeerders die vreemd vermogen wilden leveren. In alle jaren bij de bank heeft hij wel gezien hoe het spel gespeeld wordt. Grote bedragen kortdurend lenen voor enorme projecten en deze dan zo snel mogelijk verkopen zodat je kunt aflossen voordat de schuld als een molensteen om je nek hangt.

'Nou Fred, tot over drie weken dan maar, dan staat het bedrag op je rekening hoor. Geen zorgen...'

Zijn stem klonk nog rustig, maar zijn hart klopt snel. Rutger staart naar de toeristen die in kleine winkeltjes alweer geld aan het uitgeven zijn. Geen zorgen, geen zorgen?! Hij heeft niets behalve een mooie kleurenfolder. Hoe komt hij aan klanten? Hij heeft klanten nodig. Nu!

Het telefoontje van Ranzijn is hem koud op z'n dak gevallen.

Aaargh, ik moet nu als de wiedeweerga één van de bungalows verkopen. Anders heb ik een groot probleem. Wat te doen?

Hij besluit bij Peter langs te gaan.

'Sorry joh, dat ik zo'n beslag op je tijd leg. Moet je weer naar mijn gezeik luisteren. Ik beloof je dat ik het ooit goed met je maak. Kun je me helpen?'

Hij legt het probleem uit en zoals hij al gevreesd had, adviseert Peter hem om nu koud te gaan bellen.

'Je hebt het adressenbestand van Van Dinther. De mensen die daar op staan, voldoen aan twee voorwaarden: ze hebben geld en zijn betrokken bij de natuur. Of ze een koopwens voor een bungalow op Schiermonnikoog hebben, weet je niet. Hoe interesseer je ze voor een bungalow?'

'Ik kan inzetten op de voordelen van het project?'

'Dat klinkt nog niet zo aantrekkelijk. Wat zijn de voordelen precies?'

Rutger gaat wat rechter op zitten.

'Dit is uw kans om eigenaar te worden van een investeringspand aan de rand van een prachtig natuurgebied. Een gelijkvloerse bungalow met een eigen parkeerplek.'

'Maar rijke mensen zijn vaak drukke mensen, dus de kans dat ze hier meteen willen komen wonen, is vrij klein. Kun je ook financiële voordelen noemen?'

'Ja natuurlijk, ze kunnen hun bungalow ook verhuren. Daarmee krijgen ze veel meer rendement dan de huidige spaarrente!' juicht Rutger.

'Dat klinkt al veel beter! Het behoud van de natuur op het eiland moet jij bij je propositie insluiten. De bungalows liggen aan de rand van De Balg, een uniek gebied. Dus wat heb je?'

'Een uniek project op een prachtig natuureiland, met zicht op een zeker rendement,' zegt Rutger enthousiast. Hij krijgt er werkelijk zin in om te gaan bellen.

'Goed, ik vertel degenen die ik bel kort over het project en dan plan ik een afspraak met ze in, zodat ze intussen verder na kunnen denken over de mogelijke aanschaf. Ze hebben dan ook tijd om het idee van deze aanschaf op ze in te laten werken.'

'Precies. Als je te snel door het proces heen gaat, dan heeft de klant niet genoeg tijd om aan het idee te wennen. Je moet aansluiten bij

waar de klant doorheen gaat. Weet je nog de *customer journey*?'

'Dus: ik bel u omdat er op Schiermonnikoog prachtige bungalows gebouwd gaan worden. Bungalows waar u makkelijk kunt komen met de auto zodra de nieuwe weg klaar is en waar u gelijkvloers woont zodat u geen trappen hoeft te lopen. Bij de bungalow heeft u uw eigen parkeerplaats.'

'Prima. Niets meer aan toevoegen. Als je te veel informatie op mensen afvuurt, kunnen ze het niet verwerken en gaan ze zich verzetten.'

'Oké. En wat doe ik dan als ze zeggen dat ze niet geïnteresseerd zijn of als ze de prijs horen en die te duur vinden of als ze al een vakantiehuis ergens anders hebben? Kan ik dan zo maar aan die bezwaren voorbij gaan?'

'Nee, natuurlijk niet. Je moet mensen wel het idee geven dat je hoort wat ze zeggen. Als je er aan voorbij gaat, treed je uit het contact, zoals dat heet en dan zeggen mensen zeker nee.'

'Ja, dat is waar, ik vind het zelf ook vervelend als verkopers dat doen. Hoe reageer ik dan?'

'Voor zulke bezwaren moet je een diplomatiek antwoord klaar hebben. Klaar, omdat je je niet mag laten verrassen. Negentig procent van de mensen heeft namelijk dezelfde vijf sectorspecifieke bezwaren op een aanbod. Jij noemde er al drie.'

'Snap ik. Dus wat zeg ik als iemand zegt: "Ik ben niet geïnteresseerd"?''

'Allereerst is het belangrijk dat je je realiseert dat mensen verschillende redenen kunnen hebben om dat te zeggen. Ze kunnen geen geld hebben of ze zijn te druk met werk en kinderen om überhaupt regelmatig naar een vakantiehuis te gaan. Misschien hebben ze het te druk op het moment dat jij ze belt of staat hun hoofd naar iets anders.'

'Tjonge, maar dat ga ik toch niet allemaal uitzoeken?'

'Nee, niet als je koud belt. Als je in je gesprek goed naar ze luistert en hun bezwaar blijkt reëel, dan hoor je dat snel genoeg. Is het een irreëel bezwaar, een soort smoesje zeg maar, dan merk je dat ook. Hoe merk je dat, denk je?'

'Die mensen vinden het prettig als ik doorvraag en door mijn reactie op hun bezwaar stijgt hun interesse een klein beetje, hoop ik. En hoe zorg ik dat ze erg geïnteresseerd worden in een bungalow?'

'Je moet mensen de tijd en ruimte geven om langzaam maar zeker steeds meer zin in je aanbod te krijgen. *Buy in* noemen de Amerikanen dat.'

'Oké, dus wat zeg ik dan als ze geen interesse zeggen te hebben?'

'Dan antwoord je volgens de driestap-sprong.'

Rutger kijkt Peter met grote vraagtekens in zijn ogen aan.

'De wat?'

'De driestap-sprong. Stap 1 is: je veert mee met wat de ander zegt, dus je laat zien dat je ander gehoord hebt. Bijvoorbeeld: "Ik kan me goed voorstellen dat u nú nog geen interesse heeft..."'

'Echt? Maar dat snap ik niet. Het zijn geweldige bungalows. Als ik het geld had, zou ik er zeker één kopen. Al was het maar als belegging.'

'Ja, jij wel, maar jij bent hier al veel vaker geweest. Jij kent het eiland en je weet ook dat er niet zo heel veel gebouwd wordt en dat vakantiehuisen dus altijd hun waarde zullen houden. Maar dat weet jouw potentiële klant nog niet. Die moet daar langzaam in groeien.'

'Ja, maar...'

'Val me nu even niet in de rede. Ik wil graag stap 2 en 3 uitleggen. Stap 2 is dat je *inhoudelijk* antwoordt op wat de ander zegt. Dus als zij zeggen geen interesse te hebben, dan leg jij uit waarom ze wel interesse zouden moeten hebben. Belangrijk is trouwens dat je niet het woord 'maar' gebruikt. Veel mensen ervaren 'maar' als negatief en als bewijs dat jij hen niet in hun waarde laat.'

'Tjonge, best ingewikkeld allemaal. En stap 3?'

'Stap 3 is misschien wel de moeilijkste, want je dient je 'tocht' te vervolgen naar je doel.'

'Ja, de afspraak maken. Ik weet het nog!'

'Veel verkopers laten die stap zitten en dat leidt er toe dat de potentiële klant nieuwe bezwaren gaat opperen.'

'Waarom doet de klant dat?'

'Omdat hij nog niet echt geïnteresseerd is. Dus als je meteen zou zeggen: "Koop een bungalow van me", dan zeggen ze zeker 'nee', ook als ze een klein beetje interesse hebben. Ze zeggen echter wel 'ja' tegen een afspraak. De investering in een afspraak is vaak maar een uur en dat risico willen ze wel nemen. De meeste mensen zijn namelijk bang om iets te missen. Dus als je de voordelen noemt en er zit er één tussen dat hen aanspreekt, zijn ze bereid tot een *trade off*; een uur investeren voor de kans op een mooie deal. Mensen zijn hebbertig, dus als ze iets kunnen winnen of krijgen, luisteren ze opeens.'

Rutger lacht. 'Oké, zullen we eens oefenen? Ik zeg: "Ik heb geen interesse..."'

'Beste meneer Kooisma, ik kan me helemaal voorstellen dat u nú nog geen interesse heeft. Dat is precies de reden dat ik u bel. Ik wil u namelijk in de gelegenheid stellen om u te verdiepen in het project en voor uzelf vast te stellen welke voordelen er voor u te behalen zijn. Wanneer hebt u tijd? Volgende week of liever de week er op? Liever de ochtend van 21 mei of de middag van de 22ste?'

'Wow mooi. Er zit inderdaad geen maar in en je veert mooi mee. Waarom eindig je eigenlijk met die rare keuzes? Je kunt toch gewoon zeggen: "Wanneer heeft u tijd?" en dan klaar?'

'Dat kan inderdaad, maar dan laat je de klant juist weer te veel ruimte. Dan gaan ze denken: wil ik dat uur wel investeren? Nu denken ze alleen nog maar: op welk moment wil ik dat uur investeren?'

'Aha, slim hoor. M'n oude grootmoedertje had groot gelijk toen ze me vertelde dat ondernemen niet zomaar geld verdienen is. Ik dacht echt dat ik er met mijn ervaring helemaal klaar voor was. Goed ondernemerschap bedrijven gaat veel verder, merk ik nu.'

Peter schiet in de lach.

'Ik heb dus al een huis op Schier. Goed sales bedrijven als ondernemer betekent goed verdienen.'

'Vinden mensen jou niet veel te glad?'

Nog voordat Peter antwoord kan geven, gaat de deurbel.

'Ach, wil jij opendoen, Rutger? Dan ga ik even koffie zetten.'