



Sarphati[®]

HET VERKOOPTRAJECT

voor commercieel medewerker, junior accountmanager, junior manager groothandel, junior manager internationale handel

profieldeel | leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

ESS-examen: P1-K1: Proeve van bekwaamheid met voorwaardelijke meting of met portfoliobeoordeling,
Theorie-examen Commercieel basis

SPL-examen: Praktijkexamen P1-K1

COLOFON

Boom Beroepsonderwijs
info@boomberoepsonderwijs.nl
www.boomberoepsonderwijs.nl

Auteur: Joyce Dost
Hoofd- en eindredactie: Kees Benschop
M.m.v. Cor-Niels Paans

Titel: Het verkooptraject

ISBN: 978 90 372 6448 7

1e druk / 1e oplage

© Boom Beroepsonderwijs 2023 | Boom

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van (een) gedeelte(n) uit deze uitgave in bijvoorbeeld een (digitale) leeromgeving of een reader in het onderwijs (op grond van artikel 16, Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting Uitgeversorganisatie voor Onderwijslicenties (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-uvo.nl).

De uitgever heeft ernaar gestreefd de auteursrechten te regelen volgens de wettelijke bepalingen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden.

Door het gebruik van deze uitgave verklaart u kennis te hebben genomen van en akkoord te gaan met de specifieke productvoorwaarden en algemene voorwaarden van Boom Beroepsonderwijs, te vinden op www.boomberoepsonderwijs.nl.

INHOUD

	Inleiding	6
	Kerntaak en werkprocessen	7
Hoofdstuk 1	Sales	9
1.1	Sales	10
1.2	De afdeling Sales	13
1.3	Werken in de sales	21
1.4	Het verkoopproces	23
1.5	De verkooptrechter	27
1.6	Samenvatting	31
1.7	Begrippen	36
Hoofdstuk 2	Marketing	39
2.1	Marketing	40
2.2	Marketingplan	44
2.3	Marktonderzoek	49
2.4	Marketingmix: product	54
2.5	Marketingmix: prijs	58
2.6	Marketingmix: promotie	60
2.7	Marketingmix: plaats	65
2.8	Samenvatting	68
2.9	Begrippen	71
Hoofdstuk 3	Afnemersgedrag	73
3.1	Klantprofiel	74
3.2	Koopmotieven	79
3.3	Aankoopgedrag	82
3.4	Zakelijk koopproces	85
3.5	DMU en PSU	90
3.6	Samenvatting	92
3.7	Begrippen	95
Hoofdstuk 4	Het verkoopgesprek	97
4.1	Verkoopgesprek	98
4.2	Communicatie	105
4.3	Communicatiegedrag van de klant	108
4.4	Actief luisteren	110
4.5	LSD-formule	113
4.6	Vormen van communicatie	115
4.7	Samenvatting	118
4.8	Begrippen	121

Hoofdstuk 5	Acquisitie	123
5.1	Klanten werven	124
5.2	Productkennis	128
5.3	Pitchen en presenteren	130
5.4	Verkopen	137
5.5	Samenvatting	142
5.6	Begrippen	146
Hoofdstuk 6	Onderhandelen	149
6.1	Overtuigen	150
6.2	Bezwaren en weerstanden	157
6.3	Onderhandelen	164
6.4	Samenvatting	170
6.5	Begrippen	173
Hoofdstuk 7	Ordertraject	175
7.1	Offerte	176
7.2	Inhoud van de offerte	180
7.3	Verkoopvoorwaarden	185
7.4	Van offerte naar order	188
7.5	De order verwerken	191
7.6	Factureren	195
7.7	Logistiek	196
7.8	Samenvatting	199
7.9	Begrippen	203
Hoofdstuk 8	Aftersales	205
8.1	Verkocht en dan	206
8.2	Klachten	210
8.3	Garantie	212
8.4	Klantenservice	215
8.5	Samenvatting	217
8.6	Begrippen	219
Hoofdstuk 9	Relatiemanagement	221
9.1	CRM	222
9.2	Klantenpiramide	225
9.3	CRM met Exact	227
9.4	Samenvatting	237
9.5	Begrippen	240
Hoofdstuk 10	Verkoopadministratie	241
10.1	Orderverwerking en orderafhandeling	242
10.2	Rapportages	245
10.3	Duidelijke afspraken	250
10.4	Wetten en regels	252
10.5	Samenvatting	260
10.6	Begrippen	264

Beeldverantwoording	266
Index	267

INLEIDING

Commercie en sales, of op zijn Nederlands: verkopen, horen bij elkaar. Veel bedrijven hebben hiervoor commerciële professionals in dienst, zoals een salesmanager of commercieel medewerker. Jij krijg straks in een commercieel beroep vast te maken met verkoop of verkoopondersteuning. Daarbij is verkoop niet alleen het moment dat de klant een aankoop bij je doet. Verkoop gaat om het hele proces van het werven van klanten, het verleiden van klanten tot een aankoop, en de nazorg na aankoop van een product. Dit wordt ook wel het verkooptraject genoemd.

In dit boek doorloop je het verkooptraject van begin tot eind. Ook ga je in op de verkoopondersteuning die bij het verkooptraject hoort, zoals marketing en administratie.

KERNTAAK EN WERKPROCESSEN

In *Het verkooptraject* komen de volgende kerntaak en werkprocessen aan de orde:

P1-K1: Voert een commercieel traject uit

Werkprocessen bij kerntaak P1-K1

- **Werkprocessen bij kerntaak P1-K1**
- **P1-K1-W1:** Bereidt een commercieel traject voor (*hfst. 1 t/m 4*)
- **P1-K1-W2:** Acquireert klanten en/of opdrachten (*hfst. 5*)
- **P1-K1-W3** Presenteert en profileert het commerciële aanbod van de onderneming (*hfst. 5 en 6*)
- **P1-K1-W4:** Voert een verkoopgesprek (*hfst. 4*)
- **P1-K1-W5:** Doet klanten een commercieel aanbod (*hfst. 4*)
- **P1-K1-W6:** Verzorgt het interne ordertraject (*hfst. 7 en 10*)
- **P1-K1-W7:** Voert aftersales uit (*hfst. 8 en 9*).



HOOFDSTUK 1

SALES

Commerciële bedrijven proberen zo veel mogelijk producten te verkopen, met het doel om omzet en uiteindelijk winst te behalen. Sales, of op z'n Nederlands gezegd verkoop, is daarom essentieel voor een bedrijf. Jij volgt een commerciële opleiding, om straks in een commerciële functie bij een bedrijf te gaan werken. De kans is dan groot dat verkopen, of ondersteunen van het verkooptraject, een van je taken is.

Misschien mag je actief gaan verkopen en klanten adviseren over de producten die het bedrijf waar je werkt verkoopt. Misschien werk je straks meer vanaf de zijlijn en ben je bezig met bijvoorbeeld de verkoop- of orderadministratie. In beide gevallen is het belangrijk om het verkooptraject te kennen. In dit hoofdstuk kijk je eerst naar het vakgebied sales en daarna naar de verschillende fases in het verkooptraject. Ook maak je kennis met een verkoper, die zijn praktijkervaring deelt.

Leerdoelen

- Je weet hoe een verkooporganisatie eruitziet.
- Je kunt de verschillende fases in een verkooptraject onderscheiden.
- Je kunt klantprofielen koppelen aan de verschillende fases in de customer journey.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk het filmpje.

- Als je iets wilt verkopen, zijn mensen niet altijd meteen enthousiast. Bedenk een tip voor een verkoper die vandaag al veel nee heeft gehoord.
- Is deze tip in alle verkoopsituaties toe te passen? Leg je antwoord uit.
- Bedenk nog drie tips die belangrijk zijn als je wilt verkopen.

1.1 Sales

In alle commerciële beroepen heb je te maken met verkopen, oftewel sales. Als commercieel medewerker, accountmanager, e-commercespecialist of in een ander commercieel beroep is sales, of ondersteuning van sales, een belangrijke taak. **Sales** is het Engelse woord voor verkoop. **Verkoop** bestaat uit alle activiteiten die nodig zijn om een transactie te laten plaatsvinden, om een overeenkomst tussen de kopende en verkopende partij te krijgen. Verkopen is leuk als je houdt van contacten, van luisteren en praten, en als je mensen graag helpt bij hun aankopen.

Klantrelaties

Om je producten te verkopen heb je klanten nodig. Daarvoor is klantenwerving of acquisitie nodig. Als een klant iets koopt, wil je graag dat hij daarna klant blijft. Klanten werven en behouden valt in het businessmodel canvas (BMC) onder de noemer **klantrelaties**. Klantrelaties gaan over:







- acquisitie, nieuwe klanten werven
- klantretentie, klanten vasthouden en laten terugkomen
- verkoop stimuleren, de verkoop aanmoedigen en bijverkoop stimuleren. (Bijvoorbeeld: bij de aanschaf van markers voor illustrators bied je ook een opbergdoos aan, om de markers overzichtelijk in op te bergen.)

Verschillende vormen van verkoop

Als commercieel medewerker werk je vaak op de binnendienst. Een van je taken is dan bijvoorbeeld het verwerken van de bestellingen die binnenkomen via het bestelsysteem, of telefonische bestellingen aannemen. Als de klant het initiatief neemt om iets te kopen, spreek je over **passieve verkoop**. De verkoper hoeft dan niet meer te werven, alleen de bestelling op

te nemen. Bel je de klant zelf op met een aanbod, of ga je bij de klant langs om iets te verkopen, dan ben je bezig met **actieve verkoop**. De verkoper neemt dan het initiatief om iets te gaan verkopen.

Bij actieve en passieve verkoop kun je verschillende technieken gebruiken om producten te verkopen. Veelvoorkomende technieken zijn:

ACTIEVE EN PASSIEVE VERKOOP			
		Actieve verkoop	Passieve verkoop
Persoonlijke verkoop		V	X
Telefonische verkoop		V	V
Verkoop op afstand		V	V
Zelfbediening		X	V

Persoonlijke verkoop

Bij **persoonlijke verkoop** is er persoonlijk contact tussen een verkoper en een (mogelijke) klant. Het doel is om een klant over te halen tot een aankoop. Persoonlijke verkoop komt veel voor in showrooms en op de zakelijke markt, waar veel klantbezoeken plaatsvinden. Persoonlijke verkoop kun je om verschillende redenen inzetten. De belangrijkste redenen zijn:

- orders binnenhalen
- relaties onderhouden.

Omdat je bij persoonlijke verkoop een heel persoonlijk klantcontact hebt, is deze manier van verkopen zeer effectief en is de kans op succes vrij hoog. Maar het is ook een kostbare manier van verkopen, omdat je veel tijd aan een klant besteedt en soms reiskosten maakt.

Telefonische verkoop

Als je bij de verkoopbinnendienst werkt, is de kans groot dat je te maken krijgt met telefonische verkoop. Op de zakelijke markt zijn er veel binnendienstmedewerkers die klanten bellen met een aanbod. Hoewel je op afstand bent van de klant, kun je bij telefonische verkoop de klant wel persoonlijk adviseren, omdat je een-op-een contact hebt. Wanneer je gebruikmaakt van video-bellen kun je de klant ook aankijken en zelfs digitale presentaties geven.



Telefonische verkoop.

Verkoop op afstand

Bij verkoop op afstand is er geen persoonlijk contact met de klant. Vaak bestellen klanten via e-commercesystemen, zoals een webwinkel. E-commerce staat voor elektronische (of digitale) handel via het internet. Naast de webwinkel is het automatische bestelsysteem EDI (Electronic data interchange) een veelgebruikt systeem op de zakelijke markt. Bij EDI-systemen is er een rechtstreeks digitaal contact is tussen bestelsoftware van de kopende en ordersoftware van de verkopende partij.

E-commerce is een efficiënte en betaalbare manier van verkopen, omdat veel van de verkoophandelingen automatisch verlopen. Maar helemaal automatisch is e-commerce niet, er blijft verkoopondersteuning nodig. Deze systemen moeten je onderhouden, en nieuwe producten moet je toevoegen. Acties om klanten te verleiden ontwerpen en invoeren, is een taak van de verkoopondersteuning, net als de klantenservice.

Passieve verkoop

Verkoop op afstand is in veel gevallen een passieve manier van verkopen. De klant neemt het initiatief. In een webwinkel of via een ordersysteem kunnen klanten hun bestellingen plaatsen. De afdeling Verkoop verwerkt die vervolgens. Ook als de verkoop niet helemaal geautomatiseerd is, kunnen klanten bestellingen doorgeven, bijvoorbeeld via e-mail of WhatsApp. Ook bij telefonische verkoop kun je passief verkopen. In dit geval belt de klant de verkoopbinnendienst en geeft de bestelling door.

Zelfbediening

Zelfbediening zie je veel bij de goedkopere gemaksgoederen en de fast-moving-consumergoods. Dit zijn producten die consumenten in het dagelijks leven gebruiken, zoals levensmiddelen, wasmiddelen en verzorgingsproducten. De klant verzamelt zelf zijn goederen en betaalt deze bij een kassa. Denk bijvoorbeeld aan de cash-and-carrygroothandel, waar een bedrijf zelf zijn inkopen verzamelt, afrekent bij de kassa en zelf mee naar huis neemt.

Opdracht 2 Sales

a. Beschrijf in je eigen woorden het begrip sales.

b. Om welke vorm van verkoop gaat het in de volgende voorbeelden? Kies uit actieve verkoop of passieve verkoop.

Bestelling verwerken uit het automatische ordersysteem. **passief / actief**

Bij de klant langsgaan voor een vrijblijvend verkoopgesprek. **passief / actief**

De klant bellen met een speciaal aanbod. **passief / actief**

Een mail versturen om te vragen of er een accountmanager langs mag komen voor een gesprek. **passief / actief**

Telefonische bestelling aannemen van een klant. **passief / actief**