



Sarphati[®]

OPERATIONEEL PLAN DEEL 2 - VERKOOP

voor ondernemer handel

basisdeel | leerwerkboek | vakkennis | 1e druk

De leermiddelen van Boom Beroepsonderwijs zijn volledig gebaseerd op het kwalificatiedossier Ondernemer Handel en sluiten aan op de examens van ESS en SPL.

COLOFON

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

Auteur(s): Joyce Dost
Eindredacteur: Hanneke Jansen
Hoofdredacteur: Walter Dirks

Titel: Operationeel plan deel 2 - Verkoop

ISBN: 978 90 372 6753 2

Concept infographics: Carien Franken
Overige beelden: © Verbaal Visuele Communicatie BV, Google, Shutterstock: duangphorn wiriya, Dutchmen Photography, Lithuaniakid, pcruciatti, Twin Design

1e druk / 1e oplage

© 2024 Boom Beroepsonderwijs | 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. Auteursrecht ten aanzien van tekst- en datamining en machinelearning is nadrukkelijk voorbehouden.

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	5
	Kerntaak en werkprocessen	6
Hoofdstuk 1	Sales	7
1.1	Sales	8
1.2	Verkoopkanalen	11
1.3	Het verkoopproces	14
1.4	De verkooptrechter	17
1.5	Het verkoopplan	21
1.6	Samenvatting	25
1.7	Begrippen	28
Hoofdstuk 2	Afnemersgedrag	31
2.1	Klantprofiel	32
2.2	Koopmotieven	36
2.3	Aankoopgedrag	39
2.4	Zakelijk koopproces	43
2.5	DMU en PSU	47
2.6	Samenvatting	50
2.7	Begrippen	55
Hoofdstuk 3	De klantreis	57
3.1	Customer journey	58
3.2	Customer journey map	61
3.3	Klantreis analyseren	66
3.4	Samenvatting	68
3.5	Begrippen	70
Hoofdstuk 4	Het verkoopgesprek	71
4.1	Verkoopgesprek	72
4.2	Communicatie	78
4.3	Communicatiegedrag van de klant	81
4.4	Actief luisteren	84
4.5	LSD-formule	86
4.6	Vormen van communicatie	89
4.7	Samenvatting	93
4.8	Begrippen	96
Hoofdstuk 5	Acquisitie	99
5.1	Klanten werven	100
5.2	Verkopen	104
5.3	Verkooptactieken	108
5.4	Samenvatting	110
5.5	Begrippen	113

Hoofdstuk 6	Onderhandelen	115
6.1	Overtuigen	116
6.2	Bezwaren en weerstanden	122
6.3	Onderhandelen	128
6.4	Samenvatting	134
6.5	Begrippen	136
Hoofdstuk 7	Aftersales	137
7.1	Verkocht en dan	138
7.2	Klachten	141
7.3	Garantie	143
7.4	Klantenservice	146
7.5	Samenvatting	148
7.6	Begrippen	150
Hoofdstuk 8	E-commerce	151
8.1	E-commerce	152
8.2	Vormen van e-commerce	157
8.3	Webdesign	163
8.4	Online marketing	166
8.5	Zoekmachinemarketing	171
8.6	Analyse	174
8.7	Samenvatting	179
8.8	Begrippen	184
Hoofdstuk 9	Relatiemanagement	189
9.1	CRM	190
9.2	Klantenpiramide	193
9.3	Loyaliteit	195
9.4	Samenvatting	198
9.5	Begrippen	200
	Index	201

INLEIDING

Digitale leeromgeving



Soms wordt er verwezen naar bijvoorbeeld filmpjes, formulieren of een website. Deze staan allemaal in de digitale leeromgeving. Je herkent de verwijzing aan het icoontje in de vorm van een wereldbol. In de digitale leeromgeving zijn ook beroepstaken van Opdrachtgestuurd Onderwijs (OgO) te vinden. Daarmee kun je je optimaal voorbereiden op de beroepspraktijk. Alles is te vinden via Boomdigitaal.nl.

Voordat je de digitale leeromgeving kunt gebruiken moet je je licentie activeren.

- Overleg met je docent welk type account je gebruikt.
- Ga naar www.boomberoepsonderwijs.nl/licentie.
- Bekijk de instructiefilm of lees het stappenplan.
- Volg de stappen.

Daarna kun je aan de slag!

Als jij straks je eigen onderneming start is het belangrijk dat je er ook een boterham mee kunt verdienen. Daarvoor wil je producten verkopen. In je marketingplan heb je uitgewerkt op welke wijze je de producten gaat aanbieden en wilt verkopen. In dit boek wordt behandeld hoe je daadwerkelijk een klant kunt werven, een verkoopgesprek kunt voeren, kunt onderhandelen met de klant en kunt zorgen dat je klanten ook weer terugkomen.

Je doorloopt in dit boek stap voor stap het hele verkooptraject van eerste klantcontact tot fan. Ook is er aandacht voor het afnemersgedrag van de klant, de klantreis en het verkooptraject online.

KERNTAAK EN WERKPROCESSEN

In *Verkoop* komen de volgende kerntaken en werkprocessen aan de orde:

B1-K3 Voert operationele processen in een handelsonderneming uit

Werkproces bij kerntaak B1-K3

- **B1-K3-W2** Verkoopt producten (hoofdstuk 1 t/m 9)



HOOFDSTUK 1

SALES

Een handelsonderneming probeert zo veel mogelijk producten te verkopen met als doel omzet en uiteindelijk winst te behalen. Sales, of op z'n Nederlands gezegd verkoop, is daarom essentieel voor een bedrijf. Jij volgt de opleiding tot ondernemer handel. Verkopen en alle activiteiten rondom de verkoop worden straks waarschijnlijk een van je belangrijkste taken. Daarom is een goede theoretische basis van het verkooptraject noodzakelijk.

In dit hoofdstuk kijk je eerst naar het vakgebied sales en daarna naar de verschillende fases in het verkooptraject.

Leerdoelen

- Je weet wat verkoop is en je kent verschillende vormen van verkoop.
- Je kunt verschillende verkoopkanalen benoemen.
- Je weet hoe het verkoopproces verloopt.
- Je weet wat een verkoopplan inhoudt.



Opdracht 1 Openingsopdracht bij dit hoofdstuk

Bekijk het filmpje.

- Als je iets wilt verkopen, zijn mensen niet altijd enthousiast. Bedenk een tip voor een verkoper die vandaag al veel nee heeft gehoord.
- In welke verkoopsituaties kun je deze tip toepassen?
- Bedenk nog drie tips die belangrijk zijn als je wilt verkopen.

1.1 Sales

Een van de belangrijkste beroepstaken voor een ondernemer handel is het verkopen, oftewel sales. **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

Bij verkopen denken veel mensen direct aan het werkelijke moment van de verkoop. Maar 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 business model 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 je een winkel hebt en de klant komt bij jou binnen om iets te kopen, of je klant plaatst een bestelling via de website dan ligt het initiatief bij de klant. 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. Veel voorkomende 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 winkels of op de zakelijke markt in showrooms. Dat zijn plaatsen 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 een groothandel hebt of bijvoorbeeld importeur bent, is de kans groot dat je te maken krijgt met telefonische verkoop. Op de zakelijke markt zijn nog veel verkopers die klanten bellen met een aanbod of verkopers die door klanten gebeld worden. Hoewel je op afstand bent van de klant, kun je bij telefonische verkoop de klant wel persoonlijk adviseren, omdat je een-op-eencontact hebt. Wanneer je gebruikmaakt van videobellen kun je de klant ook aankijken en zelfs digitale presentaties geven.

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 tussen bestelsoftware van de kopende en de verkopende partij.



Telefonische verkoop.

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 moet je onderhouden en nieuwe producten moet je toevoegen. Het bedenken en invoeren van acties om klanten te verleiden 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 verkoop binnendienst en geeft de bestelling door.

Zelfbediening

Zelfbediening zie je veel bij de goedkopere gemaksgoederen en de fast-moving consumergoeds. 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.

Passieve verkoop

Actieve verkoop

Bestelling verwerken uit het automatische ordersysteem.

Bij de klant langsgaan voor een vrijblijvend verkoopgesprek.

De klant bellen met een speciaal aanbod.

Telefonische bestelling aannemen van een klant.

Een e-mail versturen om te vragen of er een accountmanager langs mag komen voor een gesprek.