



Sarphati[®]
FLEX

CUSTOMER JOURNEY, VERKOOP EN PRESENTATIE

Basisprogramma handel en commercie

Module - Customer journey

Module - Verkoop en presentatie

Boom

COLOFON

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

Auteurs: Andre Seppenwoolde, Angela van Oeffelen, Kees Benschop, Thijs Bos
Hoofdredactie: Andre Seppenwoolde, Kees Benschop, Walter Dirks

Titel: Customer journey, verkoop en presentatie

ISBN: 978 90 372 6882 9

Beeldverantwoording: Jurjen Poeles Fotografie, marcobrivio.gallery/Shutterstock.com, Ahold Delhaize, Bol, Albert Heijn, cktravels.com/Shutterstock.com, Radu Bercan/Shutterstock.com, Praxis, Xenos, KNVB, Karwei, Glorix, Unilever, Blue Band, Ola, Zendium, Vaseline, AD, Planetproof, Fairtrade, Dierenbescherming, Erik Karst fotografie

1e druk/ 1e oplage

© 2025 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 (of meerdere) 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
Module - Customer journey	7
1 Sales	9
1.1 Sales	10
1.2 De afdeling Sales in een bedrijf	13
1.3 Werken in de sales	20
1.4 Het verkoopproces	22
1.5 De verkooptrechter	24
1.6 Samenvatting	27
2 De klantreis	31
2.1 Verloop van de klantreis	32
2.2 De klantreis – bewustwording	36
2.3 De klantreis – onderzoek	38
2.4 De klantreis – aankoop	41
2.5 De klantreis – gebruik	43
2.6 De klantreis – trouw	45
2.7 Klanttypen in de handel	49
2.8 Aankoopsoorten en klantgedrag	52
2.9 Invloeden op klantgedrag	55
2.10 Samenvatting	59
3 Klantreis in de verkoopomgeving	63
3.1 Het verkoopgesprek	64
3.2 Ontmoeting	67
3.3 Advies en gesprek – vragen stellen	72
3.4 Advies en gesprek – informeren en adviseren	74
3.5 Advies en gesprek – zintuigen prikkelen	78
3.6 Advies en gesprek – passen	81
3.7 Advies en gesprek – plaatsvervangende verkoop en bijverkoop	82
3.8 Afsluiting	84
3.9 Communicatie en beleving	86
3.10 Samenvatting	90
4 Het assortiment	95
4.1 Assortimentsopbouw	96
4.2 Samenstelling van het assortiment	100
4.3 Merken in het assortiment	103
4.4 Assortimentsbeleid	109
4.5 Positioneren met je aanbod	114
4.6 Duurzaamheid en milieu	116
4.7 Samenvatting	120

5	Afnemersgedrag	123
5.1	Klantprofiel	124
5.2	Koopmotieven	128
5.3	Besluitvormingsproces	130
5.4	Zakelijk koopproces	134
5.5	DMU en PSU	137
5.6	Samenvatting	140
	Module - Verkoop en presentatie	143
1	Acquisitie	145
1.1	Klanten werven	146
1.2	Productkennis	150
1.3	Pitchen en presenteren	151
1.4	Verkopen	157
1.5	Samenvatting	163
2	Ordertraject	167
2.1	Offerte	168
2.2	Inhoud van de offerte	171
2.3	Verkoopvoorwaarden	176
2.4	Van offerte naar order	179
2.5	De order verwerken	181
2.6	Factureren	185
2.7	Logistiek	186
2.8	Samenvatting	188
3	Aftersales	193
3.1	Verkocht, en dan	194
3.2	Klachten	197
3.3	Garantie	199
3.4	Klantenservice	201
3.5	Samenvatting	203
4	Relatiemanagement	205
4.1	Relatiemanagement	206
4.2	CRM	207
4.3	Klantenpiramide	210
4.4	CRM met Exact	212
4.5	Verder met CRM	218
4.6	Samenvatting	226
5	Exterieur	229
5.1	Exterieur	230
5.2	Pui en entree	231
5.3	Etalage	233
5.4	Buitenpresentatie	237
5.5	Omgeving van het bedrijf	239
5.6	Samenvatting	241

6	Interieur	243
6.1	Interieur	244
6.2	Vloerplan	247
6.3	Routing	250
6.4	Verlichting en plafond	253
6.5	Instore promotie	256
6.6	Betaalomgeving	258
6.7	Samenvatting	260
7	Visual merchandising	263
7.1	Visual merchandise en imago	264
7.2	Presentatieplan	265
7.3	Vaste presentatiemeubels	267
7.4	Tijdelijke presentatiemeubels	270
7.5	Family-grouping en verwantschap	273
7.6	Artikelen presenteren	277
7.7	De uitstraling van presentatiemeubels	280
7.8	Artikelen aanvullen	284
7.9	Tijdelijke presentaties	289
7.10	Samenvatting	291
	Index	294

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 vind je verder Reflectieopdrachten, Actieopdrachten en Test je kennis-vragen. Ook vind je daar de Begrippentrainer. Daarmee kun je oefenen met de betekenis van de begrippen die aan het einde van ieder hoofdstuk staan.

Bovendien zijn in de digitale leeromgeving 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!

Customer journey, verkoop en presentatie is onderdeel van het basisprogramma Handel en Commercie van Sarphati Flex. Met dit basisprogramma wordt de brede basis gelegd voor de opleidingen Retail, Commercie en Ondernemer handel.

In deze titel staan misschien wel de belangrijkste taken van het werken in de handel en commercie centraal, namelijk alle werkzaamheden die je tegenkomt om je klant iets te verkopen. De hoofdstukken zijn verdeeld over twee modules: de module Customer journey en de module Verkoop en presentatie.

De module Customer journey begint met een algemeen hoofdstuk over sales in een bedrijf. Vervolgens staat de klantreis centraal en hoe deze in de praktijk wordt ingevuld. De module eindigt met het gedrag van de klant tijdens de klantreis en hoe je als bedrijf hierop kunt inspelen met je assortiment.

De module Verkoop en presentatie gaat over het daadwerkelijk verkopen van producten aan de klant in verschillende bedrijven. Hoe zorg je ervoor dat klanten je vinden en hoe zorg je ervoor dat de klant ook daadwerkelijk klant blijft? Daarnaast is het belangrijk dat de omgeving waarin je verkoopt, aansluit bij wat de klant verwacht. Hoe zorg je voor commercieel aantrekkelijke presentaties die passen bij je klanten?



Module - Customer journey



Hoofdstuk 1

Sales

Ondernemingen 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, zijn daarom essentieel voor een bedrijf. Jij volgt een opleiding in de handel en commercie, om straks in een commerciële functie bij een bedrijf te gaan werken of zelf te gaan ondernemen. 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. Of misschien werk je straks meer vanaf de zijlijn en ben je bezig met bijvoorbeeld het opbouwen van artikelpresentaties, de verkoop- of orderadministratie. In alle gevallen is het belangrijk om het verkooptraject te kennen. In dit hoofdstuk kijk je eerst naar het vakgebied sales en daarna naar de verschillende fasen 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 fasen in een verkooptraject onderscheiden.



Opdracht 1 Kennismaking

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.

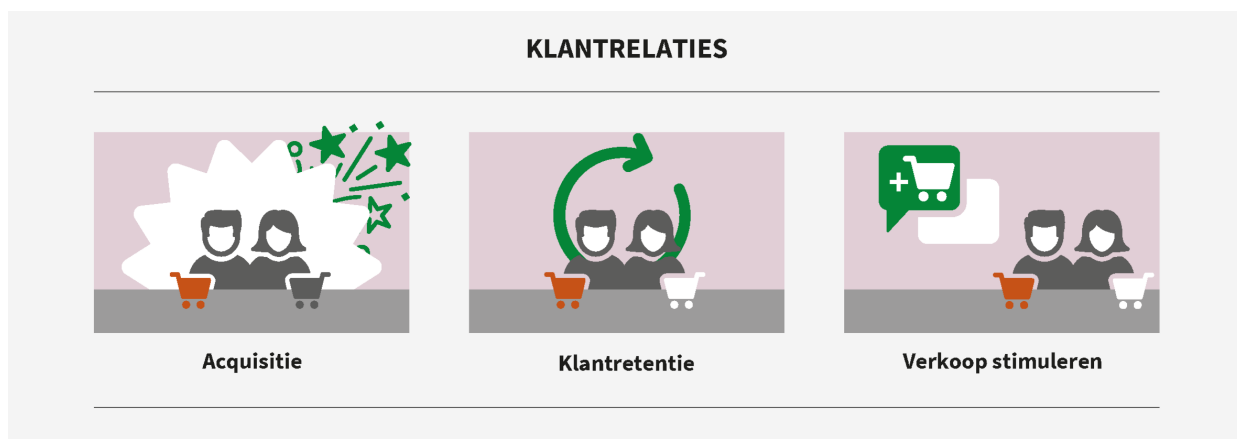
1.1 Sales

In alle commerciële beroepen heb je te maken met verkopen, oftewel sales. Sales - of ondersteuning van sales - is een belangrijke taak als je medewerker in een winkel bent of commercieel medewerker, accountmanager, e-commerce specialist of zelfstandig ondernemer. 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 onder de noemer **klantrelaties**. Klantrelaties gaan over:

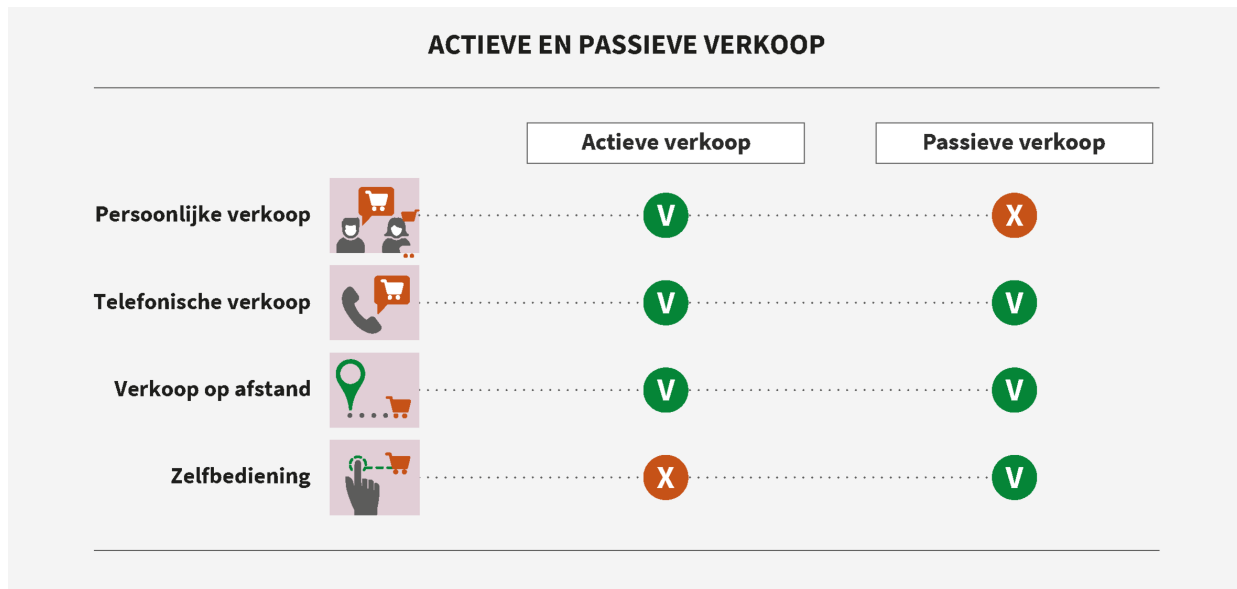
- acquisitie, nieuwe klanten werven
- klantretentie, klanten vasthouden en laten terugkomen
- verkoop stimuleren, de verkoop aanmoedigen en bijverkoop stimuleren. Bijvoorbeeld: bij de aanschaf van markers voor illustrators bied je ook een opbergdoos aan, om de markers overzichtelijk in op te bergen.



Verschillende vormen van verkoop

Als medewerker in de retail werk je vaak in een fysieke winkel. De klanten komen binnen en het is jouw taak om deze klanten te helpen bij hun aankoop. 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 het aannemen van telefonische bestellingen. 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. In de retail komt een klant binnen en pakt zelf zijn producten om deze bij de kassa af te rekenen.

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. In de retail stap je op een klant af die zoekend rondkijkt in de winkel.



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

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 de retail, bij bedrijven in showrooms en op de zakelijke markt, waar veel klantbezoeken plaatsvinden. Persoonlijke verkoop kun je om verschillende redenen inzetten. De belangrijkste redenen zijn:

- de klant overhalen iets te kopen in de verkooppunt
- de klant overhalen iets te kopen op locatie
- 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. Junior accountmanagers, vertegenwoordigers en agenten van bedrijven maken soms vele kilometers om de klant op locatie te bezoeken.



Telefonische verkoop.

Telefonische verkoop

Als je binnen een bedrijf in de binnendienst 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-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 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 moet je onderhouden, en nieuwe producten moet je toevoegen. Het ontwerpen 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, social media 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 supermarkt en aan de cash-and-carrygroothandel, waar een bedrijf zelf zijn inkopen verzamelt, deze afrekent bij de kassa en ze 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**
- c. Noteer een voordeel en een nadeel van actieve, telefonische verkoop.