

DE O

10 geboden van het
brein die jouw winkans
maken of breken

W

U

B

M

F

T

T

M

Z

H

M

Saskia Kerkhof

DE 10 GEBODEN VOOR EEN WINNENDE OFFERTE

- 1 Doe moeite als het erop aankomt
- 2 Doe of je een kleuter bent
- 3 Kap met copy/pasten
- 4 Parkeer je ego op de achterbank
- 5 Je bént geen verloren offerte
- 6 Zoek het gezamenlijke goud
- 7 Gebruik deze bijbel niet ijdel
- 8 Maak kiezen niet te moeilijk
- 9 Laat die marshmallow liggen
- 10 Durf te draaien

HET 11E GEBOD: DENK NIET
DAT JIJ AL VERLICHT BENT

Tekst: Saskia Kerkhof

Ontwerp: Sabine van Loon Grafisch Ontwerp

Fotografie: Lilian van Rooij

Uitgever: Winnende Offertes Schrijven

Eerste druk, januari 2026

ISBN 978-90-9041335-8

© Winnende Offertes Schrijven

Alle rechten voorbehouden.

**winnende
offertes
schrijven**



Ik heb mijn best gedaan op dit boek, en meer dan dat. Toch kan het zijn dat je een foutje tegenkomt, of dat je net een woord mist. Omissies, in uitgeversjargon. Laten we afspreken dat je mij hiervoor niet voor de rechter sleept en dat ik niet aansprakelijk ben. Mocht je deze Offertebijbel heel inspirerend vinden en de ambitie krijgen het woord verder te verspreiden: fijn als je een verwijzing maakt of daarvoor eerst toestemming vraagt bij mij. Dus zet je iets online, verwerk je het in een training of bouw je een AI-agent? Je weet me te vinden.

DE OFFERTE BIJBEL

10 geboden van het brein
die jouw winkans
maken of breken

Saskia Kerkhof

OVER DIT BOEK

DE AANPAK VAN SASKIA IS GEBOUWD OP ÉÉN VRAAG: 'WAT HEEFT DEZE KLANT NODIG?'

Er zijn twee manieren om een offerte te winnen. De eerste? De klant slim bespeken. Psychologische trucjes inzetten. Zorgen dat jij wint. De tweede is begrijpen wat de klant écht nodig heeft. Je voorstel zo schrijven dat de klant voelt: 'Ik wist het nog niet, maar dit is precies wat ik zocht!'. Zorgen dat je samen wint. Saskia kiest voor de tweede manier. En dat maakt dit boek uiterst waardevol.

Neem een gemiddelde offerte. Die gaat over onszelf: de verkoper. Over wie we zijn, wat we kunnen, waarom we zo goed zijn. Pagina's vol ego-expressie. En dan zijn we verbaasd of soms zelfs verbolgen dat de klant niet juichend 'ja' zegt op ons voorstel.

De aanpak van Saskia is gebouwd op één vraag: wat heeft deze klant nodig? Dat vraagt om het parkeren van je eigen ego. Om te stoppen met copy/pasten uit eerdere offertes. Om de klant te laten formuleren wat er speelt. Ook als dat betekent dat jij niet de juiste partij bent. Saskia noemt dit zoeken naar gezamenlijk goud. De plek waar jouw expertise en de behoefte van de klant samenkomen. Waar je allebei wint.

Na het lezen van De Offertebijbel kun je er niet meer omheen: de pijnlijke invloed van ons onbewuste brein tijdens het schrijven van een voorstel. Als je dat brein aan het stuur laat zitten, belandt je offerte tussen de tien andere partijen die ook offereerden. Je winkans zal sterk afhankelijk zijn van je tarief.

Op een beeldende en ontwapenende manier worden we in dit boek geconfronteerd met een stapel neuro-principes die een rol spelen bij het schrijven van offertes of aanbestedingen. Dat vraagt om zelfreflectie. Niet makkelijk. Maar wel de enige route naar succes.

Saskia doet een indrukwekkend boekje open. Ze deelt ál haar kennis op dit gebied. Ze houdt niets achter en deelt haar eigen kwetsbaarheden. Dat getuigt voor mij van lef en vooral van vertrouwen. Ik heb daar bewondering voor.

Lees dit boek. Niet om je omzet te vergroten of de klant te slim af te zijn. Maar om met de inzichten te doen wat goed is voor je klant. Om samen te gaan voor goud.

*Genieke Hertoghs, bestsellerauteur en
directeur van Subconscious Impact*

VAN DE AUTEUR

'ZOU JE DAT NOU WEL DOEN, AL JE KENNIS OVER OFFERTES DELEN?'

Hoe vaak ik die vraag niet kreeg tijdens het schrijfproces. Gingen concurrenten niet met mijn gedachtegoed aan de haal? Huurden klanten mij nog wel in als expert als iedereen die zichzelf trainer noemt, straks met mijn boek onder de arm aan de slag kan?

De Offertebijbel is mijn legacywerk, of dramatischer gezegd: wat ik nalaat aan de offerteschrijvers in Nederland en daarbuiten. Ik doe mijn volledige, zelf ontwikkelde neuro-visie op offertes winnen uit de doeken. Ik deel decennia aan praktijkervaring in het winnen én verliezen van offertes en tenders. Mijn wetenschappelijke kennis. Al mijn tips, voorbeelden en checklists. Alles staat in deze Offertebijbel. Is dat slim? Als ik eerlijk tegen je ben, twijfelde ik daar zelf soms aan, juist door de vragen van anderen.

Tot 27 juni 2025.

Daarna wist ik ineens heel zeker dat ik niets achter wilde houden. Op die dag werd ik met gillende sirenes naar het ziekenhuis afgevoerd na een valpartij met de racefiets. Het revalideren van alle botbreuken, kneuzingen, schaafwonden en de hersenschudding kostte maanden, met alle frustraties die daarbij horen. Ik realiseerde me tijdens dit proces dat het niet vanzelfsprekend is dat mijn hoofd het doet. Dat klinkt misschien naïef voor

iemand die in 1983 geboren is. Maar tot die valpartij ging ik er blind vanuit dat hoofd en lijf met mij meewerkten. Dat was in 2025 maandenlang niet het geval. Ik kon geen boek lezen, laat staan schrijven. De Offertebijbel was inhoudelijk al bijna af, maar ik had de energie niet om het naar de eindstreep te brengen. Alles zat in mijn hoofd, maar ik kreeg het niet fatsoenlijk meer op papier. En juist daardoor wist ik zeker dat ik wél mijn volledige visie en kennis wilde delen in dit boek.

De Offertebijbel is opgebouwd volgens mijn formule voor win-win sales. Bewustwording van je eigen denkfouten is in deze formule de sleutel. Het niet delen van je eigen kennis is precies zo'n denkfout. We gaan ervan uit dat wij verliezen als de ander iets wint. In wetenschapsjargon: de zero-sum bias.¹

Ik kies er met dit boek bewust voor deze denkfout niet te maken. Dat doe ik in het vertrouwen dat jij, ik, en – vooruit – ook mijn concurrenten er hun voordeel mee doen.

Ik wens je veel leesplezier met deze Offertebijbel en vooral: veel win-win-deals.

Saskia Kerkhof

Over De Offertebijbel	11
Keuzehulp: waar begin je?	18

DEEL 1 BEWUSTWORDING 20

De 10 verleidingen & geboden van het onbewuste brein	25
--	----

THEMA INHOUD 32

Verleiding en gebod 2,3,4

THEMA RELATIES 52

Verleiding en gebod 5,6,7

THEMA KEUZES 74

Verleiding en gebod 8,9,10

INHOUD

DEEL 2 VERMOGEN TOT VERBINDEN 98

Winnende offertes schrijven doe je zo 100

NEURO-TECHNIEKEN VOOR ONDERHANDSE OFFERTES 102

De opbouw van A tot Z 103

NEURO-TECHNIEKEN VOOR EUROPESE AANBESTEDINGEN 130

Brons 134

Zilver 142

Goud 152

NEURO-TECHNIEKEN WAAR ELKE BEOORDELAAR GOED OP GAAT 156

Structuur 158

Schrijfstijl 162

Neuro-woorden 168

Vormgeving 170

VERGEET HET PROCES NIET 172

Leadkwalificatie 176

De verdeling van het schrijfspeel 180

AI & Tech benutten 190

Opvolging 196

OHJA, DE MENSEN! 200

Individueel. Hoe zit je in het koppie? 201

Team. Alle spelers op de goede positie 202

Beoordelaars. Over kleuren en GenZ 204

Samenvatting deel 1 212

Samenvatting deel 2 216

Bronnen 220

IF A HABIT
REMAINS MINDLESS,
YOU CAN'T EXPECT
TO IMPROVE IT.

JAMES CLEAR

OVER DE OFFERTEBIJBEL

"Zoek het maar uit, ik ga niet meer mee." In 1996 vertelde ik mijn ouders dat ik niet meer mee wilde naar de kerk. De bijbel heb ik sindsdien nooit meer open gehad, al ken ik sommige bijbelteksten nog steeds uit mijn hoofd.

WAT JE GISTEREN DEED, WERKT VANDAAG NIET MEER

Jij leest dit boek niet omdat je meer wil weten over mijn jeugd en kerkelijk leven. Je wil de winkans van jouw offerte maximaliseren en zoekt daarvoor houvast bij het schrijven ervan. Dat is niet vreemd. Technieken die altijd werkten om zakelijk succesvol te zijn, werken 'ineens' niet meer. De aanpak van gisteren of vorig jaar, helpt je vandaag niet meer om offertes te winnen. Er gebeurt dan ook nogal wat om ons heen:

... De concurrentie is groot en komt niet alleen van een bedrijf op de hoek. De Europese markt wordt beconcurrerd als nooit tevoren. Ik heb opdrachtgevers die decennia lang marktleider waren in Nederland. Nu verliezen ze aanbesteding na aanbesteding aan Amerikaanse partijen die met prijsvechten voet aan de grond vinden.

... AI (kunstmatige intelligentie) gaat als een speer en gooit ons beeld van zaken doen, productontwikkeling en offertes winnen overhoop. Opdrachtgevers verwachten dat je innoveert, efficiënter

werkt en dus projecten goedkoper aanpakt. Om nog maar te zwijgen over de concurrent die met hulp van AI ineens veel hoger scoort op kwaliteit bij aanbestedingen.

...De geopolitieke ontwikkelingen zijn op zijn minst onstuimig te noemen. Ook bedrijven in Nederland ondervinden de impact. De President in de Verenigde Staten of een beslissing in China kan direct of indirect ook grote gevolgen hebben voor de concurrentiepositie van jouw bedrijf.

JE HEBT NAUWELIJKS INVLOED EN DAAR GA JE SLECHT OP

Op al deze ontwikkelingen en onzekerheden heb je weinig tot geen invloed. En dat is een probleem, want ons brein draait daar slecht op. Als we ergens een hekel aan hebben, is het wel een gebrek aan regie en controle. Het geeft een gevoel van onmacht en het voelt alsof het winnen van nieuwe opdrachten een soort loterij wordt. Wie weet heb je geluk, maar je weet het nooit.

Aan welke knoppen kun je zelf nog draaien om succesvol te zijn en offertes te winnen? Daarover gaat De Offertebijbel. Ik pretendeer niet de Messias te zijn die jouw leven of bedrijf gaat redden. Ik kan de geopolitieke problemen niet voor je oplossen en heb geen invloed op wat ze in China of Silicon Valley besluiten. Wel heb ik verstand van offertes winnen.

Van een zo hoog mogelijke winkans in turbulente tijden scheppen. Opdrachtgevers kloppen bij me aan omdat ik een andere invalshoek en visie ontwikkelde op offertes en aanbestedingen en omdat die werkt. Die heb ik jarenlang getest en doorontwikkeld en dat doe ik nog steeds. Ik heb geschreven, geadviseerd, geautomatiseerd en getraind. Ik stroopte zelf de mouwen op en schreef mee aan aanbestedingen met een waarde variërend van 3 ton tot 80 miljoen. De conclusie?

HET ONBEWUSTE BREIN IS DE SLEUTEL TOT REGIE.

Paradoxaal genoeg zie ik een oplossing voor de zakelijke uitdagingen van vandaag in een oeroude hoek: die van ons brein. Vergis je niet. Ons brein mag dan oud zijn, we weten pas sinds kort hoe ongelooflijk veel invloed het heeft op wat we doen en bereiken als mens. Deze nieuwe, wetenschappelijke inzichten in oeroude principes zijn een sleutel tot invloed. Het biedt houvast en de kans om de regie terug te pakken op de winkans van jouw offertes.

Daarom doop ik dit boek 'De Offerte-bijbel'. Het bevat 10 onwrikbare geboden van het onbewuste brein. Dit deel van ons brein staat bijna de hele dag aan. Als je weet hoe je het beïnvloedt, verhoogt dit de winkans van jouw offertes significant. Zoals dat gaat met een evangelie of blijde boodschap, wil je die verder brengen. Daarom deel ik in deze bijbel mijn volledi-

ge visie en alle inzichten, praktische tips en tools met jou. Ik houd niets achter.

Het doel van dit boek is jou genoeg houvast te geven om zelf een winnende offerte te schrijven. Wat ik niet wil, is dat je nét niks kan met de inzichten en technieken zodat je mij alsnog moet inhuren. Als je wil, klim ik met plezier op de zeepkist om de boodschap breder te verkondigen in persoon. Maar ook met dit boek kom je een heel eind. Daarvoor deel ik mijn neuro-visie op offertes met je, die ik vervolgens praktisch maak met concrete schrijftechnieken.

LEES MET KRITISCHE BLIK

De bijbel is een boek waar mensen al eeuwen inspiratie uit putten. Er staan waardevolle levenslessen in, ook voor het leven van nu. Tegelijk ligt het risico van dogmatisme op de loer: strikt vasthouden aan wat er staat, zonder open te staan voor nieuwe ontwikkelingen en interpretaties.

Ik daag je dan ook uit om deze Offerte-bijbel met een kritische blik te lezen. Vraag jezelf af of wat ik schrijf hout snijdt en ook voor jouw offertes relevant is. Word geen volgzzaam schaap en blijf een kritische professional. Het feit dat je dit boek leest, betekent dat je zelf ook een bak expertise hebt op het vlak van offertes of aanbestedingen. Die gooi je niet zomaar overboord, maar dat was je ook vast niet van plan. Ons onbewuste brein is nogal gesteld op vasthouden aan wat we (denken te) weten, zo ontdek je ver-

derop in deel 1. Combineer jouw inzichten met die van mij en kijk of je daarin die paar procent extra vindt om jouw bedrijf op voorsprong te zetten.

Met de invalshoek van het onbewuste brein begeef ik me wetenschappelijk gezien in het domein van de sociale psychologie, gedragseconomie, neuropsychologie en organisatiewetenschappen. Dit zijn geen exacte wetenschappen. Zo blijken onderzoeken die veelvuldig aangehaald worden, achterhaald te zijn als je er echt induikt. We smullen van het Stanford Prison experiment¹, waaruit zou blijken dat we onze medemens zonder veel gewetenswroeging elektrische schokken toedienen als we de kans krijgen. Interessant en sensationeel, maar de wetenschappelijke waarde wordt tegenwoordig sterk in twijfel getrokken.²

Ik ben dan ook kritisch geweest tijdens het schrijven van deze Offertebijbel en heb onderzoeken die ik aanhaal zo veel mogelijk gecheckt. Ook benoem ik kanttekeningen bij experimenten of conclusies uit eerder onderzoek. De wetenschappelijke theorie achter onbewuste beïnvloeding is relevant voor het winnen van offertes en tegelijk niet zaligmakend. Een offerte is geen wiskundig probleem dat je op kunt lossen met één formule. Iedereen die beweert die formule wel te hebben, praat onzin. Vrij naar Socrates:

SLIMME MENSEN LEREN VAN
ALLES EN IEDEREEN,
GEMIDDELDE MENSEN LEREN
VAN HUN ERVARINGEN
EN DOMME MENSEN HEBBEN
ALLE ANTWOORDEN AL.

In deze bijbel vis ik de pareltjes uit theorie en praktijk er voor jou uit. Neem die letterlijk als je wil en figuurlijk als je dat prettiger vindt. Of gooi deze bijbel in een hoek en kijk er nooit meer naar, zoals ik deed met de echte bijbel in 1996.

OPDRINGEN IS ONETHISCH

Religie kan extremisme in de hand werken. De menselijke neiging om anderen ons wereldbeeld en geloof op te dringen is verklaarbaar vanuit het brein, maar daarmee nog niet ethisch te verantwoorden. Ik wil je mijn visie niet opdringen. En jij wil als het goed is de klant jouw product of dienst niet opdringen.

Het is eenvoudig om neuropsychologie te gebruiken als trucje om de ander te manipuleren, op te lichten, voor de gek te houden. De voorbeelden liggen wereldwijd voor het oprapen, van grote bookingsites die je een hotelkamer aansmeren (bijna uitverkocht, echt waar!) tot politici en (sociale) media die ons mis- of desinformatie voorschotelen. Daarom vind ik het belangrijk om voordat je verder leest iets te zeggen over de ethiek van sales en offertes winnen.

Gebod 7 uit de echte bijbel beschrijft dat je niet mag liegen en bedriegen. Mijn voorstel is om dat gebod in ere te houden terwijl je de technieken uit De Offertebijbel toepast. Vraag je altijd af of wat jij aanbiedt in een offerte, een wederzijds belang dient en dus ook dat van de klant. Of ben je alleen uit op eigen gewin, bijvoorbeeld door zo veel mogelijk of zo duur mogelijk te verkopen?

Dat laatste vind ik manipulatie. Het eerste is slim bezig zijn en zorgen dat het supersnel afgeleide brein van de klant ontvankelijk wordt voor jouw aanbod. Bied je toegevoegde waarde voor de klant en ervaart die dit zelf ook zo? Dan is er wat mij betreft niets mis met de inzet van beïnvloedingstechnieken. En voor de zekerheid: Niet stiekem de technieken gebruiken om de klant te laten geloven dat die een probleem heeft dat eigenlijk niet bestond. Goed?

In dit boek vind je geen trucjes waarmee je de tijdsdruk opvoert terwijl die er niet is. Ik ga ervan uit dat je aandacht van en verbinding met de klant zoekt en dat je niet uit bent op een snelle win. Je bent tenslotte geen straatverkoper die energiecontracten verkoopt. Met de technieken in dit boek bereik je dat jouw klant met trage en bewuste aandacht de offerte leest. De sleutel tot bewust nadenken is paradoxaal genoeg het onbewuste brein. Dáár besluit de klant in een split second om jouw voorstel wel of geen serieuze aandacht te geven. Daarom lees je in deel 1 hoe dit bijzondere mechanisme werkt.

JE VERKOOPT GEEN SNEAKERS

De Offertebijbel is geschreven vanuit het perspectief van B2B-sales. Dat is deels gebaseerd op mijn eigen voorkeur en dienstverlening. De voorbeelden in dit boek verraden dat ik vaak bij ICT-bedrijven en bij ingenieurs- en consultancy-bureaus over de vloer kom. Daarnaast leent B2B-dienstverlening zich goed voor de neuro-visie op offertes. Hoe complexer de propositie, hoe belangrijker het is om de aandacht van de klant erbij te houden als die jouw offerte leest. Een paar sneakers verkopen aan tieners is een andere tak van sport dan een gemeente ondersteunen bij de warmtetransitie.

Ik heb meegewerkt aan implementatieplannen van 50 A4 (geen grap). Dan kom je er niet mee weg de feiten op te schrijven en te hopen dat de klant het dan wel snapt. Te veel tekst, te veel inhoud. Dat trekt ons onbewuste brein niet. Andersom win je zo'n complex implementatieplan ook niet door er wat neuro-trucs op los te laten. Je hebt de juiste mix van inhoud en vorm nodig. Met de technieken in dit boek bereik je precies dat. Je maakt complexe informatie toegankelijk en overtuigend voor het onbewuste brein van jouw beoordelaar.

DE WINNENDE OFFERTEFORMULE

De offertebijbel is een pleidooi voor win-winsales, waarin je onbewuste beïnvloeding toepast om er allebei beter van te worden. Dat vraagt om bewustwording van de werking van het onbewuste brein.

Hoe gooi jij onbewust je eigen glazen in terwijl je een offerte schrijft? En hoe beoordeelt de klant jouw offerte? In deel 1 vind je de 10 geboden van het onbewuste brein, geordend naar hoe het brein rondom offertes omgaat met inhoud, relaties en keuzes.

Met bewustwording ben je er nog niet. Als ik een inspiratiesessie geef over neuro & offertes, lopen mensen altijd enthousiast de deur uit. Ze zien dat ze winkansen laten liggen. Maar de kans is nihil dat ze na 1,5 uur zelf een offerte schrijven waarin ze hun nieuwe inzichten toepassen. Het **vermogen en de vaardigheden** zijn er nog niet. Daarom vind je in deel 2 van deze Offertebijbel praktische tips die zijn afgeleid van de 10 geboden. Ze zijn afgestemd op de inhoud van je offerte, het proces voor het maken van je offerte en de mensen die eraan meewerken. In een formule:



Het resultaat is win-winsales. Jij wint meer offertes en jouw klant ervaart de toegevoegde waarde van jouw dienstverlening of product.

DE BIJBEL IS NIET VOOR IEDEREEN

Dit boek is bedoeld voor iedereen die houvast zoekt om (nog) meer offertes of aanbestedingen te winnen. Er kan sales director, bid manager, sales manager, accountmanager of -director, commercieel directeur, (new) business developer, EMVI-schrijver, salesspecialist, tenderspecialist, proposal writer, planschrijver, consultant, senior adviseur, partner of iets heel anders in jouw e-mailhandtekening staan. Jij verkoopt een dienst of product of draagt hieraan bij, en daarvoor moeten dingen op papier komen.

Tegelijk is dit boek niet voor iedereen. Het vraagt een bepaalde mindset. Het is alleen voor mensen die bereid zijn om ook zichzelf op de spreekwoordelijke foto te zetten. Win-winoffertes maken lukt alleen als je bereid bent om bewust naar jouw eigen aanpak te kijken. Je moet voorbereid zijn op de mogelijke conclusie dat jij zelf onderdeel bent van het probleem. Daarmee is dit boek niet voor mensen die overtuigd zijn van hun eigen gelijk en een snelle trukendoos willen. Zoek je een manier om de klant in jouw hoek te krijgen en ben je niet bereid om te onderzoeken wat de ander bezighoudt? Dan mag je dit boek nu weggleggen of doorgeven aan iemand anders.

JE MAG SELECTIEF LEZEN

Je kunt dit boek selectief of van voor naar achteren lezen. De delen zijn geordend aan de hand van de offerteformule:

- **Bewustwording.** In deel 1 lees je de 10 grootste verleidingen van jouw onbewuste brein die de winkans van je offerte breken. Daar zet ik 10 geboden voor een winnende offerte naast. Die informatie is handig om de praktische technieken in deel 2 te plaatsen, maar niet essentieel.
- **Vermogen tot verbinden.** Deel 2 is toepasbaar als je aan het werk wil. Zoek je schrijftips? Hier vind je praktische, psychologisch onderbouwde tips met voorbeeldteksten om de inhoud over te brengen. Ook hier kun je selectief lezen, afhankelijk van welke offertes je maakt:
 - *Onderhandse offertes.* Daarmee bedoel ik de offertes waarin je vrij bent de eigen vorm (en omvang) te kiezen. Je bent uitgenodigd voor een gesprek en maakt daarna een voorstel, al dan niet met nog 1 of 2 concurrenten.
 - *Europese aanbestedingen.* Hiervoor gelden andere spelregels, daarom wijd ik er een apart hoofdstuk aan.
 - *Neuro-technieken* waar elke beoordeelaar goed op gaat, ongeacht de vorm waarin je het voorstel giet. Van een goede schrijfstijl en structuur knapt elke tekst op.
- **Processen en mensen.** De laatste hoofdstukken van deel 2 gaan over alles wat je rondom de offerte te organiseren hebt. Want een inhoudelijk goed verhaal opschrijven lukt alleen als je offerte- of aanbestedingsproces klopt. En als je de juiste mensen met de juiste mindset aan boord hebt. Zonder deze factoren wordt het schrijven van offertes chaos en een frustrerend proces waar je weinig plezier aan beleeft.

KIES NU ZELF
IN WELK DEEL
VAN JOUW
OFFERTEBIJBEL
JE BEGINT.

17



IK WENS JE VEEL INSPIRATIE!

ZOEK JIJ EEN AANPAK VOOR OFFERTES DIE HET
VERSCHIL MAAKT? DAN IS DIT JE BOEK. LEES HET.
GEBRUIK HET. EN VOORKOM DE STEKENDE PIJN
VAN WEER EEN VERLOREN OFFERTE.

De strijd om de beste opdrachten kent maar één winnaar. Eindigen als tweede maakt je niet meer dan eerste verliezer. De Offertebijbel is hét onmisbare standaardwerk voor ondernemers, consultants en salesprofessionals die structureel willen winnen – in tenders of onderhandse trajecten.

Of je nu vecht voor de continuïteit van je bedrijf of die ene droomopdracht wil binnenhalen: dit boek laat je zien waarom je nu nog vaak verliest en hoe je dat omdraait. Gebaseerd op wetenschappelijke inzichten uit de neuropsychologie én praktijkervaring in het winnen van complexe aanbestedingen, onthult De Offertebijbel:

- De 10 geboden van het onbewuste brein
- Waarom het beste antwoord niet altijd wint
- Praktische technieken voor analyse en schrijven
- Hoe je intern slim samenwerkt aan die winnende offerte
- Hoe je bij elke beoordelaar de juiste snaar raakt

"Saskia doet een indrukwekkend boekje open en deelt ál haar kennis op dit gebied. Lees dit boek. Niet om je omzet te vergroten of de klant te slim af te zijn. Maar om met de inzichten te doen wat goed is voor je klant. Om samen te gaan voor goud." Genieke Hertoghs - bestsellerauteur

**winnende
offertes
schrijven**



ISBN 978-90-9041335-8



9 789090 413358