

Virale Verkooptechnieken

Peter Stinckens

M@ILMENTOR

Smart Books

www.mailmentor.eu

Virale verkooptechnieken

Peter Stinckens

Titel: Virale verkooptechnieken

ISBN: 9789402127461

Auteur: Peter Stinckens

Uitgegeven door: het House Of Imagination bvba, strijdersstraat 42, B-3370
Boutersem België

Tweede volledig herziene uitgave

© Peter Stinckens 2015, alle rechten voorbehouden. www.peterstinckens.com

Er bestaat tevens een eLearning module op www.mailmentor.eu

Ook beschikbaar als eBook en audio boek op alle grote platformen

M@ILMENTOR

Smart Books

Inhoudsopgave

De ajuin	7
Over verkopen	11
<i>Wat is verkopen</i>	11
<i>Hoe mensen denken</i>	15
Hoe wij denken	15
Met hart en ziel	23
<i>De twee kanten aan het verhaal</i>	23
Waar alles mee begint	24
Het veld omploegen	26
De saus op de aardappelen	27
<i>Van A tot Z</i>	30
Een goede structuur	30
Hoe ziet een goede structuur er uit?	32
Zes stappen (plus een)	37
Hoe gebruikt u een verkoopstructuur?	37
<i>Waarom gaat u naar de klant?</i>	39
Waarom een doel? De klant kent mij toch!	39
Wat is een zinnig doel?	40
Afspraken maken met uw klant	42
En we gaan dieper	45
<i>Over motieven en motivaties</i>	45
Aankoop motieven	45
<i>Praten met klanten</i>	51
Luisteren horen en begrijpen, dan pas spreken	51
Luisteren, weten en begrijpen	54
<i>Spreken met klanten</i>	58
Wat gaat u niet vertellen aan de klant?	58
Wat gaat u wel vertellen aan de klant?	63

Concrete gesprekstechnieken	69
<i>De grote twee</i>	69
Vragen stellen	70
Argumenteren	76
<i>De grotere twee</i>	78
Overtuigen	78
Omgaan met klachten	83
Het geheel	89
<i>En wat nu?</i>	89
Het eerste contact	89
Uw voorbereiding	90
Het bezoek	91
De opvolging	92
<i>Tot slot</i>	95

De ajuin

U kan van mij een vrij snel een eenvoudig antwoord krijgen op de vraag wat verkopen is. *'Verkopen is het proces waarbij u de klant toelaat om te kopen'*. Minder eenvoudig is het om u te vertellen hoe u dat met maximale efficiëntie kan doen.

Verkopen is een van die zaken waar ik al een gans leven mee bezig ben (ik ben inmiddels 51 jaar, en kan bogen op enige ervaring). Ik heb gewerkt als verkoper, showroom verkoper, accountmanager, key-accountmanager, sales manager, commercieel directeur, CEO en nu al een jaar of twaalf als coach, trainer en consultant.

Ik ben een bijzonder weetgierig iemand, dus ik ben gedurende mijn carrière een groot aantal trainingen over verkopen (en tal van andere zaken) gaan volgen. En in alle eerlijkheid – indien u er zelf een aantal volgde – ik ben er geen enkele tegengekomen die mij echt leerde wat werkte en wat niet en waarom.

De meeste trainingen beperken zicht tot best-practices – die zelden of nooit werken voor iemand anders – en hoogdravende theorieën die geen enkele praktische waarde hadden.

Dus ben ik ergens onderweg zelf aan de slag gegaan om mijn verkopers te trainen. Aarzelend eerst, maar na enige tijd begon ik er de feeling voor te krijgen. Ik studeerde en leerde en ontdekte dat er een bijzonder groot archief aan wetenschappelijk onderzoek beschikbaar is, dat blijkbaar genegeerd werd.

Onderzoeken uit domeinen zoals sociologie, gedragseconomie, psychologie, neurologie, antropologie en veel meer, bieden betrouwbare inzichten die voor verkopers (en managers en vele andere beroepsgroepen) duidelijke en werkbare oplossingen aanreiken.

Vanuit die kennis kan een aanpak opgebouwd worden die werkt, echt werkt. Het mooie aan dit alles is dat ik die aanpak in eerste instantie kon trainen aan mijn eigen verkoopteams en er direct de resultaten van kon zien, dag na dag.

Maar u kan een perfecte training natuurlijk niet van een boom plukken. En dagelijks komen er nieuwe inzichten bij. Het is dus een dynamisch gegeven. Een viertal jaar geleden verscheen het eerste boek over virale verkooptechnieken (zoals ik de aanpak ben gaan noemen). De training was en is nog steeds een bijzonder groot succes. Ik trainde mensen van lokale organisaties en multinationals zoals Dr Oetker, Terumo, La Lorraine, Oxfam en vele anderen. En ook daar kon ik de resultaten opvolgen (altijd een goed idee indien u de intentie heeft om steeds beter te worden).

Nu, vier jaar later, heeft u recht op een nieuw boek, een boek dat de laatste versie van deze aanpak weergeeft. De vraag die ik had was hoe ik dit moest aanpakken. Ik kon het opzetten als een A tot Z stappenplan, wat de meesten onder u lijken te verkiezen of een andere insteek proberen te vinden.

Een A tot Z stappenplan lijkt een handige manier om kennis over te dragen, en is dat ook. Tenminste, wanneer u specifieke vaardigheden, die keer op keer identiek uitgevoerd moeten worden wil overbrengen. Maar verkopen is iets anders. Geen twee verkoopsgesprekken zijn gelijk en de aanpak dient anders te zijn van klant tot klant.

Hier is geen routine handeling nodig, maar een inzicht. Een inzicht dat u helpt begrijpen hoe u zelf uw aanpak kan bijsturen in om het even welke omstandigheden. En dan werkt een A tot Z aanpak niet meer. Dan dringt een andere insteek zich op. Dus heb ik gekozen voor een ajuin.

Doorheen dit boek – welk als training ook als certificatie reeks beschikbaar is op de www.mailmentor.eu site – pellen we laag voor laag van de ajuin af, zodat u een echt inzicht krijgt in het hoe, wat en vooral het waarom van een bepaalde aanpak. En dat zal u toelaten om, zonder in rigide structuren te vervallen, uw eigen stijl en persoonlijk binnen een correcte aanpak te gebruiken.

Pas dan, nadat u alle lagen van de ajuin heeft kunnen onderzoeken, wordt een A tot Z structuur (en geen opgelegde aanpak) zinvol. Dit boek is dus een ajuin. En u zal er uitsluitend

iets aan hebben indien u ook echt alle lagen gaat pellen. Indien u verkiest om direct naar het hoofdstuk van uw voorkeur te springen, dan mist u veel en zullen tal van zaken niet duidelijk zijn.

Het boek is een geheel en u kan het moeilijk opdelen in losstaande onderdelen. U heeft dit boek gekocht (waarvoor mijn oprechte dank) en u heeft nu de keuze om er alles uit te halen wat er in zit, of om het als losse bladen te zien en de kern te missen.

Ik wens u alvast veel succes bij al wat u doet en – zoals steeds – aarzel niet om uw vragen of suggesties door te geven via een van de vaste websites waarop in schrijf en publiceert. (www.peterstinckens.com of www.mailmentor.eu). Ook dit boek is er gekomen dank zij de vele suggesties die ik mocht ontvangen waarvoor nogmaals mijn dank aan allen die de tijd vrijgemaakt hebben om mij te laten delen in hun visie en inzichten.

Peter Stinckens
December 2014

