

Verkoper
met
L.O.C.K. - sleutel

Verkoper
met
L.O.C.K. - sleutel

Eric Van Poucke

Schrijver: Eric Van Poucke
Coverontwerp: Eric Van Poucke
ISBN:
© Eric Van Poucke

1 Voorwoord

Bijna dagelijks kom ik in contact met verkopers. Soms sta ik daar helemaal niet bij stil omdat het een gewoonte is. Ik ga naar de bakken, kruidenier en andere winkels voor mijn dagelijkse inkomen. Voor dit boek en de opleiding verkoper sta ik hierbij stil. Onderzoek de gelijkenissen en verschillen tussen de diverse verkopers op mijn pad. Welk gedrag merk ik op bij de verkopers en wat hoor ik van hen. Even belangrijk is mijn denken voelen en doen. De impact en invloed van hun communicatie op mijn koopgedrag. Snel kom ik tot de vaststelling dat zowel mijn gedrag als deze van de verkopers verschillen van de aangeboden koopwaar. In de eerste fase van de reflectie maak ik een onderscheid tussen bv. het kopen van voedingswaren en de aankoop van een televisie en een auto.

Naast de aankoop van voorwerpen of diensten merk ik ook andere momenten die ik als verkopen mag aanduiden. Op het werk, binnen familie en de vriendenkring zijn er momenten waar ik en anderen een idee, een veranderingsproces, een opdracht aan de man brengen. Op deze momenten is het de bedoeling dat de andere persoon het idee aanneemt. Er grijpt inderdaad geen financiële transactie plaats. Bekijk ik het gedrag met mijn denken, voelen en doen sluit dit nauw aan bij een verkoopsgesprek.

Bij de aankoop van mijn dagelijkse voedingsmiddelen stel ik mezelf de vraag hoe het komt dat ik steeds bij dezelfde bakker ga en niet bij zijn collega om de hoek. Hij heeft ook lekker brood en gebak. Ik hoor hoe lekker zijn taarten zijn. De wijze waarop hij garniert nodigen uit om te kopen en snel te nuttigen. Ondanks deze overtuigende aanbevelingen blijf ik steeds naar mijn bakker gaan. Slechts wanneer de bakkerij gesloten is gedurende een vakantie, ga ik naar een andere bakker. Het aanbod van diverse voedingswaren vind ik in winkelcentra en bij de buurtwinkel. De winkels die ik bezoek bieden

dezelfde kwatiteit aan. Er is wel nu en dan een prijsverschil. Toch ga ik buiten de sluitingsmomenten steeds naar dezelfde winkeliers. In mijn beleving zijn het de verkopers die hiervoor zorgen. In mijn beleving zijn ze veel vriendelijker en sympathieker. Ze maken tijd voor mij met een vraag naar mijn persoon. Ze zijn geïnteresseerd en herinneren zich mijn reactie of verhalen uit een vorig bezoek. Gevraagd of ongevraagd, ik krijg regelmatig meer informatie over hun lekkere producten. Meer is de echtheid van hun communicatie die ik onbewust capteer. Door de positieve communicatie en het goed contact heb ik geen behoefte om naar een andere winkelier te gaan.

Bij de winkelier om de hoek heb ik niet het gevoel met een verkoper te praten. Het is helemaal anders bij de aankoop van een wasmachine of geluidsinstallatie. Ik stap naar de winkel en verwacht een goede technische uitleg met alle voor- en nadelen. Worden mijn verwachtingen niet ingelost dan stap ik snel de winkel uit. Ik draai ook mijn rug naar een verkoper die geen contact maakt met mij. Zijn uitleg mag binnen mijn verwachtingen zijn toch wil ik niet overgaan tot verkoop. Ik doe dit ook niet bij verkopers die hun uiterste best doen om mij te overtuigen hoe prachtig en goed het toestel is.

'Koop het toestel zelf.' Merk ik bij mezelf op wanneer de verkoper steeds het voor hem beste toeseel aan het aanbevelen is. Hij hoort mijn vraag naar een stereo en begint zijn verkoopspraatje. Voor mijn voorkeur en gebruik is er geen aandacht. Bij zulke verkopers moet de prijs doorslaggevend zijn voor ik het toestel waar mijn voorkeur naartoe gaat.

Mijn weerstandantennes komen pas echt recht te staan met gladde verkopers aan de deur, op een homeparty of handelsbeurs. Hun doel is omzet en nog eens omzet. Ze doen hun uiterste best om mij tot aankoop te brengen. Heb ik dit product nodig of niet is voor hen niet belangrijk. Van zodra ik in hun beleving een uiterst minimale

belangstelling laat zien, zetten ze hun tanden in het overtuigingsgesprek.

Op vakantie in exotische landen gebeurt er een ander spel. Is de toerist of de handelaar de oorzaak van het op- en afbieden weet ik niet. Ik ben ervan overtuigd te moeten afpingelen want de koopwaren zijn te hoog geprijsd. Soms begint de verkoper zelf de prijs te verlagen. Eenmaal stopte men een rekenmachine in mijn handen om de hoogte van mijn bod in te tikken. Het spel van onderhandelen is gestart. Voor bepaalde toeristen is dit een vakantieontspanning. Zoveel mogelijk van de prijs afdoen en uiteindelijk niet kopen.

Verkopen is communicatie. Het is een spel tussen koper en verkoper. Dit spel heeft voor mij helemaal geen succes wanneer er een product of dienst opgedrongen wordt. Binnen 'Hard Selling' zijn topverkopers die zoveel mogelijk op een korte tijd kunnen verkopen. In mijn beleving is een verkoper die een beschimmelde pot mayonaise kan verkopen, een enorm slechte verkoper. Ze hebben een eenmalige verkoop. Na de aankoop denken sommige klanten: *'wat heb ik me nu laten aansmeren?'* Ze voelen zich bedrogen en in de val gelokt. Maar als verkoper beheers je wel een aantal vaardigheden om deze eenmalige verkoop te realiseren. Ben je op zoek naar deze skills dan wil ik jou nu teleurstellen. Je vindt geen enkel woord waardoor je dit soort verkoper kan worden.

Een verkoper luistert naar de behoeften van de koper. Hij biedt het product of dienst aan die het best bij zijn noden aansluit. Hiervoor zijn meerdere vaardigheden nodig zoals opmerken, aansluiten, aanbieden, e.a. Een succesvolle verkoper bouwt een vertrouwenrelatie op. De focus ligt op een lange termijn relatie. Ook bij b.v. de verkoop van een woning. Het komt niet veel voor dat eenzelfde persoon meerdere gebouwen aankoopt, toch is een lange termijnrelatie een meerwaarde voor de verkoper. Hij kan de verkoper

aanbevelen. Mondelinge reclame is nog steeds de goedkoopste en meest efficiënte publiciteit.

2 Ik de verkoper

Vermoedelijk heb je een beeld van welke verkoper je nu bent. Op welke wijze je prospecten en klanten benadert of denkt te moeten benaderen. Welke inspanningen je doet zodat het product of dienst verkocht wordt. Eigen gedrag en inspanningen opmerken is een goede basis voor jouw groeiproces. Groeien naar de verkoper die je wil zijn. De volgende oefening maakt de ideale verkoper duidelijk. Neem voldoende tijd en denk over elk antwoord.

Omgeving

Een ideale verkoper heeft een voorkeur voor klanten en producten of diensten. Hij kent zijn doelgroep. Weet waar hij zijn prospecten kan benaderen. Heeft zijn keuze gemaakt uit producten of diensten waar hij volledig achter staat.

- Welk product of dienst trekt jou aan?
- Welk product of dienst is een meerwaarde voor jouw klanten?
- Welke personen gun je dit product of dienst?
- Met wie wil je verkoopsgesprekken aangaan?

Gedrag

Verkopen is gedrag. Een combinatie van lichaamshouding en verbale boodschappen. Twee soorten boodschappen die zintuiglijk kunnen opgemerkt worden door koper en verkoper. Als verkoper kan je de boodschappen van de koper opmerken. Met aandacht voor eigen lichaamshouding en –beweging, woordgebruik, gedachten en gevoelens heb je invloed op het gesprek.

- Als ideale verkoper
 - Wat zie je jezelf doen?
 - Welke soort boodschappen hoor je jezelf zeggen?
 - Met welke gedachten geef je deze boodschappen?
 - Welke gevoelens horen bij deze boodschappen?
- De kopers
 - Welke actie en reactie merk je op?
 - Wat doe jij om dit gedrag te stimuleren?

Vaardigheden

Het gewenste gedrag stellen kan enkel wanneer je een aantal vaardigheden in de vingers hebt. Noteer jouw huidige competenties. Reflecteer welke jouw ideale verkoper ook toepast. Vul aan met alle andere talenten en vaardigheden die de ideale verkoper inzet in et verkoopsgesprek.

- Welke talenten bezit je voor een verkoopsgesprek?
- Welke competenties zet de ideale verkoper in?
- Met welke vaardigheden is hij uitmuntend?

Overtuiging

Jouw ideale verkoper heeft een aantal vermogende overtuigingen. Gedachten welke hem toelating geven al zijn vaardigheden in te zetten. Een succesvol verkoopsgesprek met de juiste boodschappen uitzendend bij zijn doelgroep.

- Waarvan is de ideale verkoper overtuigd?
- Welke toestemming geeft hij aan zichzelf zodat hij het verkoopsgesprek positief afrond?

Identiteit

Familie, collega's, klanten hebben ongetwijfeld een positief beeld van deze ideale verkoper. Ze geven aan werk soort verkoper de persoon is.

- Jouw ideale verkoper, welke persoon is dit?
 - Beperk de beschrijving tot maximaal drie woorden.

Missie

Elk verkoopproces heeft een doel. Elke verkoper heeft zijn doel. Een doel kan zich beperken tot omzetcijfer. Maar kan ook duidelijkheid brengen over het grotere doel van de verkoper. Het geeft hem voldoening in de job en als mens.

- Herlees al jouw antwoorden vanaf omgeving tot en met identiteit.
 - Waar gaat de ideale verkoper voor?
 - Wat is zijn doel binnen zijn verkoop?
 - Wat is zijn doel met zijn job als verkoper?

- Wat zou het voor jou betekenen deze ideale verkoper te zijn?

- Hoeveel tijd gun je jezelf om deze verkoper te worden?