

soort trainingen werken, want wat heb je aan die piramide van Maslow als er een boze klant voor je staat? Niets, natuurlijk. Je moet weten hoe je die veeleisende klant te woord staat.

Wat maakt *Help, klanten!* anders?

Help, klanten! is een training die je direct in de praktijk kunt toepassen. Het is een pragmatisch stappenplan dat je in negen dagen volgt. Doe je elke dag een van die stappen, dan heb je aan het eind gegarandeerd resultaat. Met resultaat bedoelen we dan: tevreden klanten, die later weer terugkomen. *Help, klanten!* is niet een methode waarbij je een trucje leert. De bedoeling is juist dat je door zelfontwikkeling een betere allround verkoper wordt. Dat is beter voor je klant én beter voor jou!

Voor wie is deze training?

Een klant is een klant; het maakt verder niet uit of deze een Rolex komt kopen of een potlood. Waar “verkoper” staat, kun je ook adviseur, vertegenwoordiger, ober, balie-medewerker, supermarktmedewerker, of welke andere benaming dan ook invullen, uiteraard in M/V/anders. Waar “winkel” staat, kun je ook showroom, groothandel, in veel gevallen horeca of welke andere verkoopruimte dan ook invullen.

Hoe werkt het?

Help, klanten! is zeer eenvoudig van opzet: lees één hoofdstuk en breng dat de volgende werkdag in praktijk. Gelukt? Door naar het volgende hoofdstuk. Tip: doe niet

twee hoofdstukken tegelijk, niet alleen omdat je dit boekje dan te snel uit hebt, maar ook omdat het niet werkt. Train per hoofdstuk, dan gaat het als vanzelf. Verkopen is niet moeilijk, het belangrijkste is tip 20 van de extra gratis bonustips achter in dit boekje.

Een gemiddeld verkoopgesprek ziet er als volgt uit:

Verkoper: 'Kan ik ergens mee helpen?'

Klant: 'Nee, ik kijk even.'

Verkoper: 'Als je hulp nodig hebt, weet je me te vinden!'

Klant: 'O, fijn!'

Dit lijkt een verkoopgesprek, maar feitelijk gebeurt er dit:

Verkoper: 'Kijk alsjeblieft zelf even rond, ik ben druk.'

Klant: 'Prima, jullie hebben het toch vast niet.'

Verkoper: 'Als je me zoekt, dan sta ik bij de toonbank te appen.'

Klant: 'Is goed, ik koop toch niks.'

Dit gaan we veranderen!

1. Misschien wel het belangrijkste: groeten

'Al een jaar of vijf ga ik regelmatig naar dezelfde supermarkt, om maar één reden, namelijk dat die strak naast mijn kantoor zit. Ik koop een broodje, potje pindakaas, een cup-a-soup, pakje ham, ik reken af en vertrek. Ondertussen ken alle personeelsleden van gezicht. Toch heeft in die vijf jaar nog nooit ook maar één van die personeelsleden enige blijk van herkenning gegeven, noch me gegroet, behalve bij de kassa. Vrijwel niemand lacht. Het is zelden druk bij dit filiaal. De concurrent twee straten verderop draait als een speer, daar doe ik in het weekend de boodschappen voor thuis.'

Begroeten is geen onderdeel van het verkoopsgesprek!

Klanten die een winkel binnenkomen zien de eerste vier meter niets. Geen producten, geen personeel, niets. Als verkoper weet je precies hoe je winkel eruit ziet. Maar de klant niet. De klant moet eerst wennen aan wat hij allemaal ziet. En dat wennen duurt vier meter. Het is dus niet verstandig om artikelen te presenteren op die eerste vier meter. Ook infoborden helpen niet. Je hoeft klanten dus ook niet te groeten op hun eerste vier meter. Maar direct daarna wel.

Wie groet er als eerste?

Jij! De instinctieve gedachte van de klant is dat hij gezien wil zijn. Anders lijkt het op inbreken. De manier om te laten zien dat de klant is opgemerkt, is de groet. Dat is