Veel retailers zijn contactgestoord

08-02-2016 10:15

Door Marc Dijk
Business coach & auteur Red de Salestijger

Dertien winkels bezocht en in twee aangesproken. Dat is de realiteit van een rondje door de binnenstad van Amersfoort. Maar Amersfoort is niet uniek. Voor mijn werk doe ik niet anders dan winkels bezoeken en kijken hoe het bij anderen gaat. Natuurlijk zijn er winkelketens die het geweldig doen, gefeliciteerd voor hen. Mijn vak is echter anderen enthousiast maken voor het contact maken en houden met klanten. Niet voor niets is de ondertitel van mijn boek 'Aanvallen of uitsterven'.

Met aanvallen bedoel ik een proactieve houding naar binnenlopers en aanstaande kopers, mensen die begeleid willen worden in hun aankoop. Maar de reactieve verkoper die contactgestoord lijkt te zijn laat zijn verkoopkansen gewoon lopen. Managers van winkelketens staan erbij, kijken ernaar en krijgen deze cultuur niet veranderd.

Communicatie kan opwekkend en deprimerend zijn. Wat het voor jou is, hangt af van het gedrag dat je kiest en het vermogen om met succes en tegenslagen om te gaan. Wie net een klant heeft geholpen met een mooie order tot gevolg, zit in de flow van succes. Wie steeds de reactie krijgt die hij niet verwacht, wordt onverschillig vanuit de belemmering 'vandaag zijn er alleen maar kijkers'.

Wie wil winnen van internet moet in contact treden met de klant. Hoofd, hart en buikgevoel overwinnen om de klant in een optimale koopstemming te brengen. Niet aan de klant verkopen, maar met de klant het juiste product selecteren dat bij zijn wensen past.

Contact maken met anderen in management en sales blijkt lastiger dan we denken. Oorzaak?

1. We accepteren niet dat anderen een eigen werkelijkheid hebben over situaties. Gevolg is dat we willen dat anderen ons begrijpen, zonder dat we moeite doen om eerst hun zicht op de situatie te begrijpen.
2. We verwachten van onze gesprekspartners dat ze ons zomaar even begrijpen omdat dat ons het beste uitkomt. Als de ander ons niet begrijpt, willen we niet echt weten hoe dat komt, maar gaan we drammen en stoten we de ander alleen maar af.
3. Door allerlei ontwikkelingen in techniek (WhatsApp, Facebook, etc.), wordt communicatie steeds oppervlakkiger, we praten tegen en langs elkaar maar zelden echt met elkaar. WhatsApp minder en vraag vaker what's up!

Iedereen die verkoopt zou er goed aan doen om communicatieskills weer uit de winterslaap te halen, sommige zelfs opnieuw aan te leren. Neem de tijd voor je klant, geef ze aandacht, toon oprechte interesse in de koopmotieven van klanten door het stellen van hoofd-, hart- en buikvragen, vat de wensen samen, selecteer de oplossing die jij voor hun vraag hebt en: sluit de deal! Vier daarna de aankoop met je klant, collega's en jezelf. Hoe je ermee begint:

Door effectief met jezelf te communiceren over wat je WEL kan en gelooft, in plaats van wat je niet kan en gelooft.