Hier schuilt de valkuil van het verkopen

11-08-2017 10:45

Door Marc Dijk
Sales changer en auteur Red de Salestijger

Met grote regelmaat krijg ik e-mails of berichten via mijn Facebook-pagina met de vraag: ‘Met welke salestechnieken kan ik het meest succesvol zijn?’ Het is een overblijfsel van een wereld waarin salestrainers je wilden laten geloven dat verkooptechnieken een trukendoos is met goede openingsvragen, doorvragen, het inspelen op koopsignalen, presenteren en natuurlijk om de order vragen en slimme skills om bezwaren te overwinnen.

Is dit dan allemaal onzin geweest? Natuurlijk niet. Je moet snappen hoe mensen oriënteren, kiezen en geld uitgeven, om daarop in te kunnen spelen. Vandaag de dag moet je je vooral bedenken dat klanten alle bovengenoemde zaken ruiken als het niet goed of echt wordt toegepast. Ben je uit op meer geld verdienen, en heb je geen passie voor wat je verkoopt? Dan rekent de klant snel met je af. Niet aan de kassa, maar door afscheid van je te nemen. Meestal met prachtige smoesjes om jou minder pijn te doen, zoals:

- ‘Ik kijk nog even verder.’
- ‘Kun je me iets aan informatie meegeven of opsturen?’
- ‘Kun je een offerte maken?’
- ‘Ik moet nog even overleggen’

Allemaal zaken waarmee de klant eigenlijk bedoelt te zeggen: ‘Doe geen moeite, je hebt me niet overtuigd, ik koop niet bij jou!’ Als je mazzel hebt is je concurrentie niet beter en komen ze in twintig procent van de gevallen toch bij je terug. Tachtig procent van de klanten dus niet. Behoorlijk ineffectief, toch?

Hoe je dit kan veranderen? Simpel. Je moet anders over sales gaan denken. Naast een hele goede communicatie met je klanten en collega’s is communiceren met jezelf nog veel belangrijker. Dit doen we te weinig. We zijn ons niet altijd bewust genoeg van de wijze waarop we onszelf motiveren of in beweging brengen. Er zijn drie kerngebieden die onze motivatie sturen:

- Overleven. Iets dat uit de oertijd nog in ons systeem zit. In leven blijven. Linksom of rechtsom. Meestal komt deze vorm voort uit angst en onzekerheid.

- Verbinding. Elk mens wil verbinding, kijk maar naar Facebook of LinkedIn. We willen ergens bijhoren en informatie delen. Liefde, relatiebeheer, langdurige loyale klantrelaties, het wordt steeds belangrijker. De mooiste vorm van verbinding maken met anderen is er één zonder te oordelen en onvoorwaardelijk naar elkaar te luisteren, zeker in teamverband. Een vorm die voor velen erg moeilijk is, omdat ze in feite meer overleven dan ze zelf willen.

- Groeien. Naast jezelf ontwikkelen, willen we erkenning en herkenning. We willen zien en laten zien dat we groeien in vele vormen. Financieel, sociaal, liefde, ondernemerschap, orders etc.

Te veel verkopers en hun managers blijven hangen in het overleven, door angst en onzekerheid zijn ze niet in staat om bewust verbinding te maken met de kansen die verkoop met zich meebrengt en daardoor niet de groei doormaken die ze kunnen doormaken. Voor mij een reden om in mijn coaching en seminars vooral ruimte te maken voor het vinden en delen van passie voor het verkoop ambacht. Je kunt nooit geweldig zijn, als je niet de passie hebt om ergens geweldig in te zijn.

Daarom: de valkuil van hoe je denkt over sales is van groot belang. Ga je op vakantie? Denk dan eens na over jouw beeldvorming van jezelf, je klanten, je business en hoe je erin staat. Is dat echt wel zo effectief als je wilt? Overleven komt vaak vanuit situaties die gebeurt zijn in het verleden. Wat zijn die situaties? Hoe zou je er nu mee omgaan? Met andere woorden: is je kijk op sales niet aan wat verfrissing toe?

Marc Dijk