

JOCHEN ROEF

HET VOOR
ELK
TYPE
VERKOPER

SALES

BOEK

LANNOO
CAMPUS

HET SALESBOEK

D/2013/45/123 - ISBN 978 94 014 0842 4 - NUR 801

Vormgeving cover: Uncompressed

Vormgeving binnenwerk: Peer De Maeyer

© Jochen Roef & Uitgeverij Lannoo nv, Tielt, 2013.

Uitgeverij LannooCampus maakt deel uit van Lannoo Uitgeverij,
de boeken- en multimediativisie van Uitgeverij Lannoo nv

Alle rechten voorbehouden.

Niets van deze uitgave mag verveelvoudigd worden en of
openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie,
microfilm, of op welke andere wijze dan ook, zonder
voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Uitgeverij LannooCampus
Erasme Ruelensvest 179 bus 101
3001 Leuven | België
www.lannoocampus.com

VOORWOORD

DAVID W. FAUVRE

Heb jij ooit de ervaring gehad, dat je een boek over sales aan het lezen was en technieken uitprobeerde die je na enkele weken terug opgaf? Wel, daar is een goede reden voor. De technieken waren niet afgestemd op jouw persoonlijkheid.

Weinig mensen zijn zich bewust van het feit dat wij allen verschillende persoonlijkheden hebben. De salestechniek die voor jouw collega of vriend werkt, werkt hoogstwaarschijnlijk niet voor jou.

Je salesresultaten trachten te verbeteren met een techniek die niet bij jou past is frustrerend en gedoemd om te mislukken. Salestechnieken toepassen die aansluiten bij jouw persoonlijke verkoopstijl is dan weer leuk, comfortabel en effectief.

Het is een eer om Jochen te ondersteunen in dit boek dat persoonlijke en zakelijke groei combineert, want ze zijn duidelijk aan elkaar gelinkt. Onze online test waarmee je belangrijke drijfveren in je persoonlijkheid ontdekt, maakt het mogelijk om optimaal gebruik te maken van de gepersonaliseerde technieken in dit boek.

Jochen heeft onze opleidingen gevolgd en we zijn verheugd over het feit dat hij in dit boek zijn salesexpertise combineert met ons jarenlange onderzoek rond persoonlijkheid.

Zijn kennismaking met ons Tritype® persoonlijkheidsonderzoek was een fundamentele doorbraak voor hem en wij hopen dat dit ook voor jou het geval is. We zijn blij dat dit hem motiveerde om dit unieke boek te schrijven dat persoonlijke en zakelijke groei combineert en een positieve impact heeft op je sales vaardigheden en bottom line resultaten.

We zijn trots om hierrond te kunnen samenwerken.

David W. Favre, MA

Enneagram Explorations

Katherine Chernick Favre

San Francisco, CA, USA, www.enneagram.net

VOORWOORD

Ooit vroeg een prospect mij wat het geheim is achter onze salesopleidingen. Ik antwoordde: 'Ze zijn tegelijk diepgaand én pragmatisch.' Dat is ook mijn ambitie met dit boek. Ik wil een brug slaan tussen de technische verkoopopleidingen enerzijds, die je vertellen hoe je zaken succesvol aanpakt, maar geen rekening houden met de persoon die jij bent; en de persoonlijkheidsmodellen anderzijds, die je inzicht geven in wie je bent en wat jij nodig hebt om succesvol te zijn, maar je niet vertellen hoe je dit concreet aanpakt. Ik heb geprobeerd om in dit boek het wat én het hoe te beantwoorden. Wat heb jij als unieke persoon nodig om beter te verkopen en hoe pak je het concreet aan? Ik hoop van harte dat je de meerwaarde ervaart van beide componenten en dat dit boek je in raad en daad inspireert om je dromen als verkoper en/of ondernemer waar te maken.

Om de vlotte leesbaarheid van dit boek te garanderen, heb ik ervoor gekozen om consequent naar de klant in mannelijke zin te verwijzen. Uiteraard is de 'hij', wanneer dit refereert naar de klant, op elke plek in dit boek te vervangen door 'zij'.

DANK

Mijn oprechte dank gaat uit naar mijn lieve vrouw Jozefien om met zoveel liefde en toewijding voor onze kinderen te zorgen (en met hen uitstapjes naar Parijs te maken) wanneer ik aan het schrijven was.

Onze kinderen India-Feliz en Bonavonture om zo flink en hartverwarmend grappig te zijn (wanneer ze vroegen of dat mijn boek was, terwijl ze wezen naar het synoniemenwoordenboek van 1209 bladzijden).

De collega verkopers en ondernemers die het in onze workshops als pioniers aandurfdën om in alle eerlijkheid naar zichzelf te kijken om beter te worden in hun vak.

Alle ontelbare mensen die mij geïnspireerd, gemotiveerd en gecorrigeerd hebben om van dit boek te maken wat het is.

Dank u!

Jochen Roef

INHOUD

HOOFDSTUK 1	
Waarom nog een boek over sales?	11
HOOFDSTUK 2	
Wat is de waarde van het Enneagram in verkoop?	19
HOOFDSTUK 3	
Drijfveren in sales	25
Essentiële Enneagram weetjes	25
9 waardevolle manieren van verkopen	33
Type 1: de 'puntjes op de i' verkoper	35
Type 2: de hulpvaardige verkoper	39
Type 3: de doelgerichte verkoper	44
Type 4: de atypische verkoper	48
Type 5: de doordachte verkoper	52
Type 6: de loyale verkoper	57
Type 7: de enthousiaste verkoper	62
Type 8: de 'wat je ziet is wat je krijgt' verkoper	66
Type 9: de rustige verkoper	70
HOOFDSTUK 4	
Salestechnieken op maat	87
Sales doelen en forecasting	89
Prospecteren	106
Eerste persoonlijke contact	123
Behoeftanalyse	134
Salespresentatie en argumentatie	147
Omggaan met bezwaren	158
Onderhandelen	171
Afsluiten	180
Accountmanagement	190

HOOFDSTUK 5

Razendsnel inschatten van klanten	201
Quickscan op basis van 3 behoeften	202
Duurzame ontwikkeling	207
Voeding voor lichaam en geest	207
Literatuurlijst	213

HOOFDSTUK 1

Waarom nog een boek over sales?

Waarom dit boek?

WAARGEBEURD

Toen ik onlangs een bevriend verkoper vertelde dat zijn human resources directeur mij had gebeld voor het geven van een salestraining, reageerde hij op een manier die ik niet verwachtte. Hij keek me aan, glimlachte, en stak bloedserius zijn middelvinger naar me op. 'Neem het niet persoonlijk', zei hij, 'want ik vind jou een toffe gast, maar ik heb gewoon niet zo'n hoge dunk van salestrainingen.' Hoewel hij op dat moment niet geheel nuchter was (ons gesprek speelde zich af aan de bar) leek zijn reactie oprecht. Meer nog, ze is naar mijn ervaring typerend voor veel professionele verkopers.

Op het moment dat salesprofessionals horen dat ze 'getraind' gaan worden, bouwen ze een muur van weerstand op. Een begrijpelijke reactie als je salestraining benadert vanuit een 'leer de aap wat trucjes'-perspectief. Veel boeken en opleidingen claimen dé succesvolle tips en trucs in pacht te hebben die elke salesleek omtoveren tot een topverkoper. Verkopen wordt in deze benadering heel mechanisch. De techniek is meer van belang dan de persoon die hem uitvoert. Het resultaat hiervan heb ik zelf ervaren toen ik verkoper was bij een van 's wereld grootste voedingsbedrijven. Enkele van mijn collega's waren na de training zo geïrriteerd en ontzet dat zij de eerstvolgende weken minder verkochten, minder plezier hadden in hun werk en zwoeren om nooit meer deel te nemen aan eender welke opleiding. Gelukkig doofde dit effect na enkele weken uit. De collega's in kwestie gingen opnieuw doen wat zij altijd deden en waren wederom middelmatig succesvol, net als voorheen. Gelukkig, geen blijvende schade dus ... Maar ook geen verbeterd resultaat!

Dit boek is geschreven vanuit een geheel ander perspectief. Het zet jou als verkoper doelbewust op de plaats waar je hoort te staan, centraal in het verkoopproces. De essentie van verkoop is door alle tijden heen ongewijzigd gebleven.

- **Verkopers leggen contacten.**
- **Verkopers verzamelen informatie.**
- **Verkopers overtuigen hun gesprekspartner om te investeren in hun product of dienst.**
- **Verkopers zorgen ervoor dat de andere partij zich engageert.**

De manier waarop deze vier essentiële stappen doorlopen worden, bepaal jij. Jij bent de professional die de klant bezoekt, het gesprek aangaat en met de getekende bon terug naar buiten komt. Jij bent de drijvende kracht in het proces en de succesbepalende factor. Met jou staat of valt de verkoop. Vanuit deze visie is het niet meer dan logisch dat jij niet alleen als verkoper, maar ook als mens benaderd wordt. Met dit boek wil ik je nuttige kennis aanreiken die helemaal bij jou past. Technieken die perfect aansluiten bij jouw persoonlijkheid en die je niet het gevoel geven dat je een aap op een fietsje bent. Effectieve tips die je met plezier implementeert én die je succesvoller maken in je job en je leven. Dat is mijn ambitie met dit boek.

Beter verkopen op jouw unieke manier

Het is perfect mogelijk dat twee mensen die verschillen op het vlak van persoonlijkheid, beiden succesvol zijn in verkoop. De verscheidenheid in verkoopstijlen is te vergelijken met het verschil in voetbalstijlen tussen Pelé en Maradona. Beide spelers hadden een sterk verschillende baltechniek en speelstijl, en zelfs een verschillend temperament. Maar beiden slaagden erin om vanuit alle hoeken van het veld te scoren.

Het punt is dat elk type verkoper het potentieel heeft om contacten te initiëren, informatie te verzamelen, mensen te overtuigen en engagement te creëren. De manier waarop hij dit doet en wat hem motiveert om het nog meer te doen is echter divers. Dit boek maakt je wegwijs in de veelheid aan salesbenaderingen, met als doel je eigen verkoopstijl te vinden en deze met gepaste technieken te versterken en te optimaliseren.

Het uitgangspunt van dit boek is dat verkoop geen one size fits all-bezigheid is. Er bestaat niet een techniek of strategie die zaligmakend is en die de verkoopcijfers van elke verkoper de hoogte in jaagt. Dit staat in scherp contrast met wat doorgaans gepredikt wordt in veel commerciële opleidingen: doe het zo en je wordt succesvol!

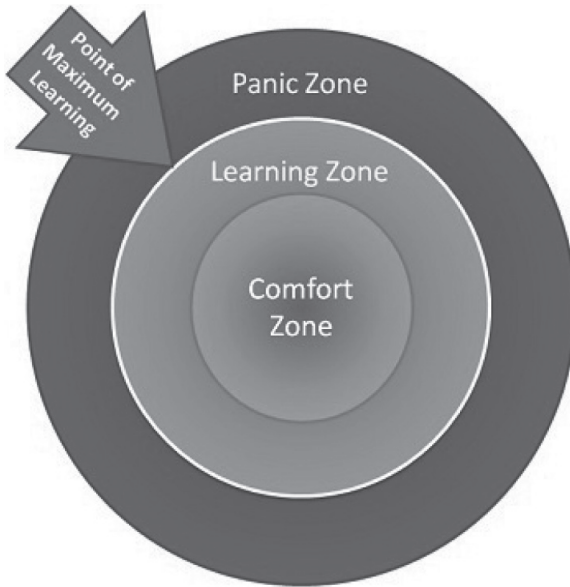
ZEVENTIG METHODEN

Tijdens de onderzoeksfase voor het schrijven van dit boek googelde ik op een avond een uur rond het thema 'succesvol afsluiten'. Dit leverde mij meer dan zeventig methoden op om een verkoopgesprek te beëindigen. Het merendeel van deze technieken was getest en goed bevonden door salesexperts die ze in hun dagelijks werk gebruiken.

Met de komst van het internet heb je als verkoper toegang tot alle mogelijke salestechnieken wereldwijd. In deze nieuwe realiteit rijst een belangrijke vraag: hoe kun jij als professional door de bomen het bos nog zien en je salesresultaten werkelijk verhogen? Het antwoord op deze vraag is tweeledig.

Eenzijds selecteer je die technieken die werkelijk bij jou aansluiten en die je de drive en de energie geven om ze toe te passen. Sales is en blijft a numbers game. Hoe meer je buiten komt, des te groter je kans op succes. Technieken die bij jouw verkoopstijl passen, leiden je tot frequente en geïnspireerde actie. Je doet consequent en enthousiast wat nodig is om succes te behalen.

Anderzijds dienen salestechnieken jou op een gepaste manier te 'stretchen'. Als salesprofessional is het belangrijk dat je jezelf uitdaagt en dingen probeert die niet comfortabel voelen. Wel van belang is dat je daarbij niet in je paniekzone terecht komt, want dan ga je de techniek niet herhalen en oefenen. Denk aan een schansspringer die bij zijn eerste sprong meteen zijn beide armen en benen breekt. Gepaste stretch zorgt ervoor dat de vaardigheidssprong haalbaar is en dat de techniek voldoende motiveert om hem te herhalen. Herhaaldelijke toepassing maakt je vaardiger en succesvoller.



ONDERZOEK

In hun boek *Strenght based Selling* concluderen salesexperts Tony Ruti-gliano en Brian Brim van het Amerikaans onderzoeksbureau Gallup na talloze interviews met sales toppresterders dat deze groep zich, ondanks heel uiteenlopende verkoopstijlen, kenmerkt door een gemeenschappelijke factor: zij hebben consequent hun persoonlijke talenten ontwikkeld en zetten deze in bij elke fase van het salesproces.

De dagen van het ‘oude verkopen’ zijn geteld. Klanten pikken de verkooptrucs niet meer en professionele inkopers zijn in vele gevallen beter getraind dan de verkopers. Het salesboek wil jouw leerproces tot topverkoper sneller en efficiënter maken. Het koppelt een methodiek om inzicht te krijgen in je persoonlijkheid met tal van doeltreffende en op maat geselecteerde verkooptechnieken. Deze combinatie maakt het mogelijk om jezelf te ontwikkelen tot authentieke verkoper. Waarbij je gerespecteerd wordt door jouw klanten omwille van de reële meerwaarde die jij hen biedt en het échte contact dat je met hen maakt. Jeffrey Gitomer, Amerikaans top salescoach, zegt hier heel terecht over: ‘iedereen houdt van kopen, maar niemand houdt van verkopers.’

Een belangrijke vraag voor salesmanagers

Voor de salesmanagers en directeurs die dit boek lezen volgt nu een cruciale vraag.

Wat is voor u het belangrijkste:

1. **Dat al uw mensen exact hetzelfde doen en zeggen in hun omgang met prospecten en klanten?**
2. **Dat uw mensen succesvoller worden in hun werk en meer verkopen?**

Indien u voor antwoord 1 kiest, raad ik u aan om dit boek aan de kant te leggen of het aan iemand anders cadeau te doen. Indien u voor antwoord 2 kiest, wens ik u veel plezier en verbeterde resultaten met dit boek.

Met het bovenstaande beweer ik niet dat gemeenschappelijke targets, uniforme salesprocessen en het gezamenlijk gebruik van een programma voor klantenrelatiebeheer zinloos is. Integendeel, elk goed functionerend team heeft een duidelijke verkoopcyclus en tools die de conversie ondersteunen. Ik ben er wel van overtuigd dat verkopers in hun benadering van de klant de soft skills dienen te gebruiken die bij hen passen.

Dit boek onderbouwt wat elke salesmanager intuïtief reeds weet: dat het onmogelijk en zelfs onwenselijk is om verkopers te klonen en hen op een robotachtige manier de klant te laten benaderen. Salesprofessionals dienen hun eigen stijl te optimaliseren. Dit boek helpt hen om door gerichte focus en inspanning hun acties maximaal te laten renderen.

Opbouw van het boek

Inhoudelijk bestaat dit boek uit twee delen. In het eerste deel krijg je inzicht in jouw persoonlijke salesdrijfveren en de specifieke talenten en valkuilen die daarmee gepaard gaan. Jouw drijfveren bepalen voor een groot deel de manier waarop jij je klanten benadert en wat hierbij jouw persoonlijke voorkeuren en valkuilen zijn. In het tweede gedeelte van dit boek krijg je technieken op maat die jou toelaten om succesvoller te zijn in de verschillende fasen van verkoop. We zoomen in op negen aspecten van de verkoopcyclus en geven per verkopers-type drie concrete technieken om betere resultaten te behalen in de respectievelijke fase.

Het stellen van salesdoelen
Prospecteren
Het eerste persoonlijk contact
Behoeftanalyse
Salespresentatie en argumentatie
Omgaan met bezwaren
Onderhandelen
Afsluiten
Accountmanagement

Het boek eindigt met extra inzichten en tips rond twee belangrijke sales gerelateerde onderwerpen. Enerzijds het inschatten van klanten en het hierop aanpassen van je stijl. Anderzijds het realiseren van duurzame persoonlijke groei in salesvaardigheden.

Onze tocht naar verbeterde verkoopresultaten start met een kort en bondig overzicht van de meerwaarde van het Enneagram als persoonlijkheidsmodel binnen de salescontext.

Hoe dit boek te gebruiken?

Dit boek is wat Amerikaans topcoach Dr. Robert Anthony 'doetherapie' noemt. Het is geschreven voor ondernemende salesprofessionals zoals jij. Verkopers die zichzelf willen uitdagen en extra resultaat wensen te creëren door toepassing van de aangeboden kennis. Hoewel het Enneagram diepgaande inzichten verschaft in de menselijke psychè ligt de nadruk van dit boek vooral op het praktisch gebruik van de tips op maat. De technieken zijn zorgvuldig per type geselecteerd, maar je moet ze wel zelf toepassen. Om jouw proces te vergemakkelijken vind je in dit boek kleine doe-opdrachten. Het advies is even simpel als concreet: maak ze!

Je haalt maximaal rendement uit dit boek door de volgende stappen te volgen:

Focus je op een verkoopfase waarin je wil groeien
Achterhaal jouw persoonlijke salesdrijfveren
Lees de technieken die voor jouw type van toepassing zijn
Pas de technieken gedurende een maand toe
Deel jouw resultaten met iemand anders
Herhaal het proces voor jouw volgende sales uitdaging.

Elke techniek die in het tweede deel van dit boek staat werkt omzetverhogend. Toch zul je daar bij een aantal tips ten stelligste aan twijfelen. Dat is normaal, deze techniek sluit niet aan bij wie jij bent en hoe jij verkoop benadert. Ik adviseer je daarom om eerst de tijd te nemen om op basis van deel 1 je eigen gedrag en gedachten te observeren en dat te koppelen aan je drijfveren. Kennis van je drijfveren geeft het immense voordeel dat je het versnelde ontwikkelingspad, toegesneden op jouw Enneagramtype, kunt volgen. Dit geeft hogere omzetcijfers, meer voldoening, meer plezier, meer comfort, meer zekerheid en al wat je zelf maar belangrijk vindt als resultaat.

Op jouw sales succes!