

Tobben over een topper

► Omzet en inzet. Vaak leidt een goede inzet tot een goede omzet. Op het oog lijkt dat heel logisch. Dat dit niet altijd zo is, werd onlangs bevestigd door een sales manager, Ivo, die tevreden was over de *omzet*, maar ontevreden over de *inzet* van zijn team. Hoe ga je met dit dilemma om? Kies je voor kwantiteit of voor kwaliteit?

Ivo is een ervaren sales manager van midden dertig en heeft maanden gezwoegd om een compleet en goed draaiend team te krijgen. Qua omzet gaat het voorspoedig. Toen ik hem sprak kreeg hij 'de kriebels' van het resultaat, maar 'jeuk' van de manier waarop. Hij twijfelt tussen op die manier doorgaan of de koe, een melk-koe, bij de horens vatten.

In het sales team van Ivo zit een topper. Hij verkoopt de sterren van de hemel en scoort absoluut de hoogste omzet. Maar... hij voelt zich verheven boven de rest. Hiermee drukt hij een negatieve stempel op het team. De andere verkopers storen zich steeds vaker aan hem.

Een tijd lang heeft Ivo de topverkoper in bescherming genomen. Qua omzet was hij zelfs een voorbeeld voor de anderen.

Meewerken of vertrekken

Maar na lang tobben besloot Ivo dat hij iets moest ondernemen. Hij heeft de top-per direct aangesproken en hem de keuze geboden: meewerken of vertrekken. Het mooie is dat de topper het wel begreep. Het pakte allemaal goed uit, want hij paste zich aan en werd zelfs een bondgenoot.

Het blijft natuurlijk een moeilijke keuze te gaan voor omzet of inzet. Maar de strop rond Ivo's nek werd steeds strakker, doordat hij geen keuze maakte. Wilde hij nou geen keuze maken of durfde hij dat niet? Was hij bang om de confrontatie aan te gaan? En welke invloed zou dat hebben op de omzet? Aan de andere kant: hoe reageren de overige verkopers als de situatie niet verandert?

Kortom: allemaal vraagtekens die steeds groter worden naarmate er geen antwoord komt. De *Enkhuizer Almanak* is helder in dit geval: 'een mens lijdt het meest van het lijden dat hij vreest'.

Conclusie: tobben kost geld en energie. Ook een koe wil weten waar ze aan toe is. Pak die koe bij de horens, juist als het je melkkoe is! ◀

Arnold Steenbeek is managing partner van Protion, advies- en trainingsbureau voor Sales & Marketing Intelligence.

Arnold Steenbeek

