

# Weten en zweten

► “Ja, ja, ik weet het wel”, zegt de verkoper. “Het moet beter de volgende keer.” Zijn sales manager: “Dat heb ik je de vorige keer ook horen zeggen.”

“Maar ik doe toch mijn best. En beter dan mijn best kan ik niet doen, of wel?” De sales manager zwijgt, sluit het gesprek af en staart mistroostig voor zich uit. Juist op dat moment bel ik hem en we raken aan de praat over dit voorval. Hij vraagt zich af of hij misschien te veeleisend is of dat het aan de motivatie en de instelling van de verkoper ligt. We komen er in dat gesprek niet direct uit.

De sleutel blijkt ook in dit geval weer dat de waarheid ergens in het midden ligt. Het blijft buitengewoon moeilijk om het midden te vinden tussen je eigen ambities als manager en de mogelijkheden en onmogelijkheden van je verkopers.

Aan het zoeken en vinden van deze balans gaat een serieuze speurtocht vooraf. Daarbij is mijn ervaring, helaas, dat er maar weinig spoorzoekers zijn die echt het spoor gaan zoeken. De meeste managers praten vooral over de speurtocht, komen in feite niet echt verder en blijven vervolgens hun eigen gang gaan. En wat blijkt? Je eigen gang gaan is vaak de minst motiverende manier voor anderen. Gek genoeg weten de meeste managers dit wel. Maar in de praktijk is dit ‘weten’ niet toereikend. Wetenschap is naar mijn idee pas interessant als de praktijk er zichtbaar beter van wordt. Dus weten is leuk, maar werken met deze wetenschap is de sleutel tot succes. Volgens mij bestaat elke topprestatie zelfs uit 5% weten en 95% zweten. Het scheelt één letter, maar in de praktijk betekent het een wereld van verschil.

## MEER TRAINING

Neem eens de prestatie van een gemiddelde sporter. Elke sporter met een beetje ambitie weet dat hij enkele keren per week moet zweten en trainen. Eens per week heeft hij dan een serieuze wedstrijd en dan moet er gepresteerd worden. Blijft de prestatie uit, dan moet er vaak nog harder worden getraind. Dit proces (veel trainen in verhouding tot het aantal wedstrijden) is echter nog niet weggelegd voor de salespraktijk. Bijna iedere verkoper en sales manager is zich ervan bewust. De meesten weten wel wat ze moeten doen, zeggen ze. Niettemin geldt een

verantwoorde ‘weet-zweet-balans’ blijkbaar lang niet voor iedereen. En volgens mij bereik je het niveau van een echte topper pas als je meer traint dan wedstrijden speelt.

Nu hoor ik u al denken: ‘Het is waar, maar salestraining is zo duur.’ Inderdaad, groeien en verbeteren kosten geld. En trainen is vooral duur als het maar twee keer per jaar twee dagen is. Anderzijds: hebt u wel eens uitgerekend wat een verloren klant of onwetendheid kost? ◀

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

*Arnold Steenbeek*