

De weg naar Rome

Er zijn allerlei zaken die al zo oud zijn als de weg naar Rome. Verkopen is nog veel ouder, want sinds mensheugenis wordt er gehandeld. Maar in dit nieuwe millennium wordt alles anders, als ik de toekomstvoorspellers moet geloven. Customer relationship management, e-commerce, internet (en ga zo maar door) zullen de wereld enorm veranderen.

Dat zal vast en zeker. Ik denk dan telkens aan de introductie van de eerste auto: er was destijds op diverse plaatsen een verordening dat elke auto twee begeleiders moest hebben. Een begeleider voor de auto met een rode vlag om de mensen te waarschuwen en een begeleider achter de auto om te laten weten dat deze wegrijdt. De auto gold toen immers als een 'duivels apparaat' dat het einde der tijden zou inluiden. Wat een voorspelling!

Inmiddels is afgelopen jaar weer een historisch hoogtepunt bereikt wat de verkoop van auto's betreft.

Inderdaad is ons bestaan, met name de laatste dertig jaar, ondenkbaar geworden zonder auto. Toch heb ik niet het idee dat de komst van de auto onze evolutie een cruciale wending heeft gegeven. Mensen houden nog steeds het meest van – inderdaad – andere mensen. En is ons onderling contact werkelijk zo anders geworden, sinds Henry Ford's eerste auto's van de lopende band afkwamen? Het leven is er op onderdelen makkelijker op geworden, maar in essentie is er weinig veranderd.

Dan maar naar een ander hemelbestormend verhaal: 'verkoop en account management in het e-business tijdperk'. Dat wordt aangekondigd alsof we weer een nieuw tijdperk ingaan, waarin alles anders wordt. Ik was dan ook benieuwd of ik eerst een rode brief kreeg, voordat ik een uitnodiging per e-mail van de

Erasmus Universiteit tegemoet mocht zien. Daar hield *Willem Verbeke* namelijk in januari zijn oratie als nieuwe hoogleraar Sales en Account management. En na de bijeenkomst dan weer een rode brief als afkondiging. Gelukkig, zo ging het niet.

Ongetwijfeld, verkopen wordt anders in de deze eeuw. Maar ik houd m'n hart vast wanneer sales management vooral met knappe 'cyberkul' wordt geassocieerd.

Volgens mij zijn er nog wel een paar andere vragen te formuleren voordat we ons buigen over nieuwerwetse salesonderwerpen. Weet u bijvoorbeeld waarom de ene klant tevredener en gelukkiger is dan de andere klant, terwijl zij dezelfde dienstverlening genieten? Wat is klantgerichtheid nu werkelijk? Iedereen praat erover, maar er zijn evenveel definities als meningen. En deze: wanneer de piramide van Maslow door de wetenschap wordt afgekraakt, wat is dan een beter model voor de behoeften van mensen?

Contact tussen mensen is waar het al eeuwen om draait. En op dat vlak is er nog veel te ontdekken in de 21ste eeuw. Dat wordt namelijk de eeuw van de motivatie. Maak uw borst maar nat voor dit nieuwe tijdperk!

Arnold Steenbeek

Arnold Steenbeek is managing partner van Protion in Zeist, trainingsbureau voor sales, management en persoonlijke ontwikkeling.