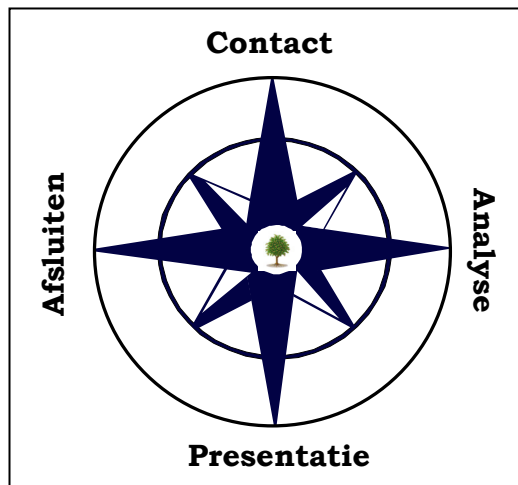


Het Verkoopkompas

De Afsluiting

Boter bij de vis



Versie : maandag 12 maart 2001
Geplaatst : Sales Power, juli 2002
Auteur : Arnold Steenbeek (a.steenbeek@heart-selling.nl)

Het Afsluiten

Spike Fish is een viswinkel in Seattle (USA). De verkopers in die winkel, doen er werkelijk alles aan om het klanten naar de zin te maken. Ze dansen, ze zingen, ze heffen spreekkoren aan (een verkoper roept: *Één Superjumbo Zalm voor Mevrouw Montana* en de rest schreeuwt dan: *EÉN SUPERJUMBO ZALM VOOR MEVROUW MONTANA.*), ze lachen, ze laten vissen vliegen en nog veel meer. Het is er elke dag een feest. Men komt er in de lunchpauzes speciaal naar toe, alleen al voor het vermaak.

Dit is een prachtig voorbeeld van hoe de sfeer hoort te zijn ook bij het afsluiten. Hoe opgewekt bent u eigenlijk? Lacht u ook tot het allerlaatst? Dat is een belangrijke eigenschap, want de meeste kopers zijn van nature terughoudend bij hun beslissing. Deze terughoudendheid is menselijk, maar voor de meeste verkopers moeilijk. Bij de afsluitfase zijn er eigenlijk drie facetten ten eerste uw basishouding, ten tweede het weerleggen van de bezwaren en ten derde de finale.

Uw basishouding

Spike Fish doet er alles aan om het kopen leuk te maken. Ze weten elke dag zeker dat ze veel vis verkopen, ze weten alleen nog niet aan wie. Deze basishouding is cruciaal voor een ontspannen afsluiting. Voelt u wel eens spanning wanneer u om de order vraagt? Kan dat betekenen dat u afhankelijk bent van precies deze order? Dat is een enorme valkuil, want afsluiten met spanning, is net als druk uitoefenen op uw privé-partner die daardoor steeds minder wil. Vraagt u zich eens af hoeveel orders u tot nu toe heeft gehad in uw loopbaan? Tientallen, honderden, duizenden? En hoeveel orders u nog gaat scoren in uw carrière? En vergelijkt u dit eens met het aantal potentiële kopers? Is het dan wel nodig om spanning te voelen? Ont-span, lach en laat de klant de keuze maken die voor u beiden NU gunstig is.

Bezwaren verlichten

Ook bezwaren worden vaak zwaar en serieus opgevat. Dat is ook ineffectief. Natuurlijk zoeken kopers terecht naar zekerheid en zijn ze van nature terughoudend bij het nemen van de beslissing. Maar de bezwaren die de koper opwerpt, zijn in feite verpakte verzoeken om vervolg (VVV). U hoeft alleen maar als een volwaardige VVV-reisleider, de bezwaren rustig maar doelgericht (want u wilt wel de haven halen ..) beantwoorden en gaandeweg naar de beslissing toe werken. Elke nee van de koper is in feite een teken dat nog niet alles duidelijk is, om tenslotte ja te zeggen. Blijf dus ontspannen en opgewekt. De order is namelijk binnen handbereik en het is aan u om de order te krijgen.

De finale

Alle bezwaren hebt u verlicht, uw basishouding is nog steeds relaxed en opgewekt. Dan hoeft u alleen nog maar boter bij de vis te vragen. Help de koper kiezen met de volgende mogelijkheden:

- JaJaJaJaJagen

U vat samen waar de klant blij/tevreden mee is:

U	Koper
U vindt XXX dus een mooie oplossing?	Ja ☺
U ziet er de voordelen dus ook wel van in?	Ja ☺
U begrijpt dan ook dat u van XXX profiteert?	Ja ☺
Dan begrijp ik dat u XXX graag wilt bestellen?	Ja ☺

- Verkleinen

Een auto verkoopt u het beste aan de hand van de accessoires hoorde ik eens een autoverkoper zeggen. Bij het verkleinen, praat u over alle bijzaken (en niet over de hoofdzaak). Welke accessoires vindt u interessant? Wanneer wilt u van start? Waar wilt u XXX gebruiken? Enz.

- Direct vragen

En last but not least, kunt u met een vriendelijke lach op uw gezicht direct vragen of u zaken doet. 'Want het is heerlijk om zaken te doen, en dat start nu, als u nu bestelt bij mij', kunt u dan denken.

Kortom Afsluiten is net als bungee jumping. Zolang u boven op het platform staat is het spannend, maar zodra u zich ontspannen laat vallen, gaat alles vanzelf. Vertrouw op uzelf, geniet van elke stap die u maakt samen met de koper en geniet van elk resultaat dat u boekt.

De verhouding tussen de fasen

De vier fasen hebben dus elk hun eigen kenmerken. Maar zoals een goede structuur hoort te zijn, ontstaat de kracht door de combinatie. Er zijn dus een aantal vuistregels om het verkoopkompas zo effectief mogelijk te gebruiken:

1. Maak elke fase zo lang als nodig om goede informatie te verzamelen,
2. Maak elke fase zo kort als noodzakelijk om een goed en prettig contact met de klant te houden (observeer vaak en goed),
3. Houd de verhouding tussen praten en luisteren in de gaten (in een goed verkoopgesprek praat de klant minimaal 60% van de tijd en luistert u dus 60% van de tijd!).
4. Het resultaat is als een vermenigvuldiging: $R = C \times A \times P \times A$. Bijvoorbeeld het contact = 10, de analyse = 10, de presentatie = 8, maar het afsluiten = 0, dan is het totaal ook nul. Als u dus één van de fasen slecht uitgevoerd is (het resultaat nul is) dan is het totale resultaat ook nul!

Waar de vis in zee zwemt, is soms moeilijk vanaf het oppervlak te zien. Maar dat er vis zwemt, staat als een paal boven water. Dus kies een bestemming, houd koers en zorg er voor dat het kompas u zo snel mogelijk op de plaats van bestemming brengt. Ik wens u vanuit de grond van mijn hart een fantastisch reis toe!