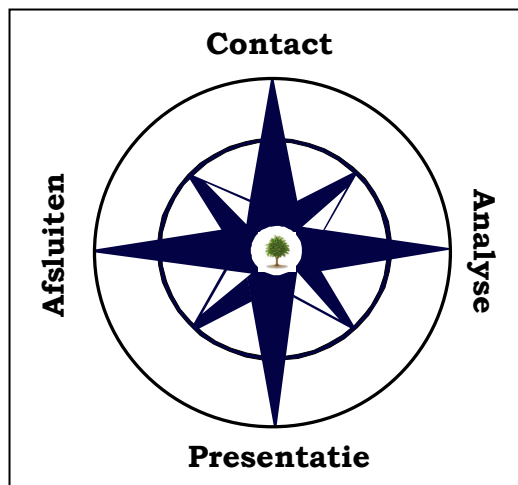


Het Verkoopkompas

De Presentatie

Voor Beeldig presenteren



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

De Presentatie van de oplossing

Presenteren doet begeren is een oud gezegde in de detailhandel. En in feite is de juiste presentatie een essentieel onderdeel van een goed verkoopgesprek. In deze fase maakt de koper namelijk zijn keuze. Wilt u wat tips hoe u als verkoper deze keuze kunt versoepelen?

Na het Contact en de Analyse mag u nu aan de slag. Tot nu toe heeft u de vooral laten praten doordat u vooral vragen stelde en luisterde. Wanneer u dit ontspannen en doelgericht doet, krijgt u nu de kans om deze informatie om te zetten in koopargumenten. Een prachtig effect van uw vragen stellen, is dat de koper nieuwsgierig wordt. En daarom is het zinvol om deze nieuwsgierigheid nu te bevredigen en een oplossing te presenteren. Hiervoor zijn er drie instrumenten die het u en de koper vergemakkelijken nl. het Sellogram, Multisensorisch inzicht, Congruente Overtuiging.

Het sellogram.

Een sellogram is een overzicht waarin u productkenmerken combineert met de koopmotieven van de koper. De bekende Nederlandse 'verkoopprofessor' Jan Wage is de vader van het Sellogram. Dit is een voorbeeld van een Sellogram voor een mobiele telefoon. Een aantal kenmerken van de mobiele telefoon staan in de linkerkolom en voorbeelden van koopmotieven ziet u in de bovenste rij.

Kenmerken	Koopmotieven							
	Gemak/ Nut	Veiligheid	Status	Geldbe sparing	Tijdbesp aring	Kwaliteit	Zekerhei d	Nieuw
GSM-netwerk								
Carkit								
Inwendige antenne								
Batterij 36 uur								
99% Dekking								
Gewicht 200 g								
Draagbaar (tasje)								
Menugestuurd								
Display (verlicht)								
Geheugen (80 nrs)								

Nu is het uw kunst om zoveel mogelijk sterke combinaties te maken van de productkenmerken en de koopmotieven van de klant. Wanneer u hierin slaagt, hebt u een enorme stap genomen voor de finale beslissing.

Multisensorisch inzicht

U leest dit artikel, u verbeeldt zich wat u er aan kan hebben, u luistert naar uzelf of naar de geluiden om u heen, u drinkt nog wat en smaakt het trouwens? Bijna continu gebruikt u al uw zintuigen soms bewust en soms onbewust. Wilt u maximale impact van uw presentatie, stimuleer dan alle zintuigen van de koper: zijn ogen (wat kunt allemaal laten zien?), zijn oren (welke prachtige verhalen kent u over uw product, successen en uw organisatie?), zijn handen (laat voelen), zijn smaak (waar smaakt uw product naar?) en zijn geur (hoe ruikt uw product?)

Congruente overtuiging

De presentatie is de fase in het verkoopgesprek, die voor veel verkopers het meest interessant is. U mag werkelijk laten zien wat u kunt en wie u bent. De koper zal dit vast en zeker waarderen, want daar heeft hij u tenslotte voor uitgenodigd. Het is hierbij cruciaal dat uw presentatie 100% congruent is. Congruentie is vergelijkbaar met een set tandwielen in een machine. Als alle tandwielen soepel de juiste richting uitdraaien, dan is dat 100% congruent. Zo hoort dit ook voor uw presentatie en uitstraling te zijn. U bereikt pas maximaal succes als u 100% congruent presenteert. De drie belangrijkste vragen die u zich kunt stellen zijn (beantwoord u ze eens op een schaal van 0 tot 10) :

Hoe zeker ben ik van mezelf?	
Hoe zeker ben ik van de kracht mijn eigen organisatie?	
Hoe overtuigd ben ik zelf van het nut en de voordelen van mijn producten?	

Alle vragen horen maximaal te scoren, wilt u tenminste moeiteloos succes. Hebt u geen 10-en, dan is er werk aan de winkel.

Bij de presentatie draait het allemaal om timing, impact en inzet. En dat zijn precies de ingrediënten van een superfilm. Bent u voor 100% de regisseur van de film, die u de koper laat zien?