



0900-BELONS

It's a dirty job, but somebody has got to do it. En toevallig mag jij als commerciële professional die dagelijkse klus opknappen. Welke klus? Hunten, bellen, telefonische acquisitie of op zijn Vlaams: prospecteren. Die dagelijkse stapel met koude en iets warmere leads nabellen. En hoe kouder de lead, hoe minder graag je belt.

En waarom is die belklus nou zo dirty? Omdat ze je nog niet kennen, de juiste contactpersoon onbereikbaar is, de gatekeeper (doorbitch) steeds beter de baas afschermt en omdat je de zoveelste beller bent die dag. Je bent maar een nummer, een lastige colporteur, je bent niet welkom. Nee, ze zitten niet op je telefoontje te wachten. En dat, terwijl je een fantastisch product te bieden hebt, dat "veel tijd en geld kan besparen." Ach, ze hebben het allemaal al eerder gehoord.

Droom

Maar wat nou als de wereld anders in elkaar zit? Wat als acquisitie aan de hand van deze advertentie *wel* op prijs wordt gesteld. Dat alle potentials gespannen aan de telefoon wachten op je telefoontje en reikhalzend uitkijken naar je strakke pitch, hangend aan je lippen. Wat een prachtige acquisitiedroom.

En die droom zal vandaag voor je uitkomen. Je mag al die gewillige nieuwe contacten bellen via een speciaal 0900-nummer. En via dit nummer kun je iedereen in de organisatie van je prospect meteen te pakken krijgen. En ze hebben altijd tijd voor je. Er is slechts één addertje onder het gras. In de kleine lettertjes van dit verkoopwalhalla staat een voorwaarde: dit speciale 0900-nummer kost 15 euro per minuut.

Wekelijks feestje

Zou je het geld ervoor overhebben? Voor een schijnbaar onfatsoenlijk bedrag per minuut nooit meer afgescheept worden? Reken even mee. Laten we zeggen dat je gemiddeld tien minuten nodig hebt om met je prospect te bepalen of en hoe een vervolgspraak zinvol is. Bij goed voorwerk zul je dan bijvoorbeeld in 1 op de 2 gevallen zelf een afspraak willen maken, omdat het in de andere gevallen voor je eigen organisatie niet zinvol is een bezoek in te plannen. Bij een buitendienstagenda die twaalf zinvolle afspraken per week nodig heeft, kost je dit 24 x 10 minuten x 15 euro. In totaal 3.600 piek. Voor dit illustere bedrag wordt acquisitie een vier uur durend wekelijks feestje.

Voordelen

Hebben we al een deal? Niet? Goed, dan maak ik het je nog een stuk lekkerder. Eerst gezien van de kant van je prospect. Ik heb als bedrijf het nummer 0900-BELONS in het leven geroepen, dat open staat voor iedereen om mij vrijelijk te benaderen voor een goed zakelijk voorstel. Iedereen die acquireert op een ander nummer wordt meteen de deur gewezen. Dat geeft een aantal duidelijke voordelen:

- Als die bewuste telefoon overgaat weet het bedrijf meteen dat er een cold caller aan de lijn hangt. Geen overbodige vragen bij de telefoniste, geen schimmige redenen waarom de beller manager X aan de lijn wil hebben en de benodigde contactpersoon zich instellen op een acquisitiesprek.
- Iedereen die je benadert is blijkbaar serieus, heeft zich goed voorbereid en komt meteen to the point, zonder geneuzel en geklets.
- Elke minuut die je kwijt bent aan het gesprek levert in ieder geval 15 euro op. Dus je wordt meteen beloond voor de moeite van het luisteren, ook als het telefoongesprek niet leidt tot een afspraak.

Waar mag ik als bedrijf tekenen voor zo'n nummer?



Maar nu zijn wij aan de beurt. Wij, de koude bellers. Waar ligt onze winst? Follow me.

- Hoeveel tijd ben je nu kwijt voor het maken van twaalf kwaliteitsafspraken per week? De hitrate bij bellen wisselt sterk per branche, maar als je 1 op 10 scoort hoor je bij de top. Reken daarbij dat het gemiddeld drie telefoontjes kost om je gewenste contactpersoon aan de lijn te krijgen. Snel gerekend zijn dat 30 telefoontjes per afspraak is 360 telefoontjes. Dat is minstens een week werk. En dan rond ik het in jouw voordeel af.
- We zijn via ons 0900-nummer slechts vier uur per week daadwerkelijk aan het bellen, uitgaande van de eerder genoemde quota van twaalf te maken afspraken. Reken daar eenzelfde tijd aan voorbereiding bij en binnen een dag zit de dirty job erop. Vier dagen over per week: 32 uur pure saleswinst.
- Het laatste en misschien wel beste voordeel is dat we geen 336 telefoontjes per week voor piet snot aan het plegen zijn. Geen karrenvrachten "nee", "geen interesse", "we hebben al een leverancier" of "stuur maar documentatie." Maar 24 leuke, nuttige en interessante gesprekken. Lekker ego-boost is dat.

Wat kost dat? 15 euro per minuut is 3.600 per week. En daar krijg ik 32 uur extra salestijd voor terug en 12 kwaliteitsafspraken. Hebben we een deal?

Kat-en-muisspel

0900-nummers van dit kaliber moeten nog worden uitgevonden. Zowel de beller als gebelde zouden er veel baat bij hebben. Het is verbazingwekkend dat er nog amper bedrijven zijn, die een goed protocol hebben voor ontvangende cold calls. "Afschepen die saleslui" is zo ongeveer de algemene teneur. Hierop wapenen de cold callers zich met nog meer vasthoudendheid en slimme manieren om toch die directeur of manager aan de lijn te krijgen. Hoe lang moet dit kat-en-muisspel nog duren?

Een goede organisatie met echte salesprofessionals denkt na over welke waarde ze bedrijven kunnen leveren. Ze willen aan tafel komen omdat ze echt een bijdrage aan winst, rendementsverbetering of innovatie kunnen bieden voor hun potentiële markt. En ze benaderen deze markt op een professionele manier, goed voorbereid, maar zonder script, marketingriedels of holle beloften met respect voor de kostbare tijd van hun contactpersoon.

Het is een groot voordeel als je als bedrijf de echte salesprofessionals, die winst, rendementsverbetering of innovatieve ideeën aanbieden al aan de poort kunt identificeren. Dat betekent dat je als bedrijf goed nadenkt wat een praktische en doeltreffende manier is om dit te realiseren.

Een 0900-BELONS nummer is fictie. Nog wel.

Auteur

Harro Willemsen
hw@presentpresents.com