

De bedrijfsbrochure: wat moet u ermee?

Tijdens het verkoopgesprek haalt u een dikke bedrijfsbrochure uit uw tas, vouwt hem open en begint deze bladzijde voor bladzijde met de klant door te nemen. Goed of kan dat beter? Het nut van uw bedrijfsbrochure besproken ...

Stapels, stapels brochures

Aan brochures wordt nog steeds veel geld uitgegeven. Vooral de algemene bedrijfsfolder is erg populair. Veel van deze brochures lijken op elkaar: groot logo en mooie foto van het bedrijfspand voorop. Verder een foto met medewerkers, een voorwoord door de directeur, een korte geschiedenis van het bedrijf, enz. Veel verkopers gebruiken deze brochures graag tijdens een verkoopgesprek met potentiële klanten. De vraag is: heeft die daar eigenlijk wel wat aan?

Bijvoorbeeld. Vandaag heeft u een afspraak met een potentiële klant. De ontvangst is hartelijk, handen worden geschud en de koffie is ingeschonken. Uw gesprekspartner vraagt of u uw bedrijf wilt voorstellen en u pakt uw bedrijfsfolder erbij, slaat deze open en in een kwartiertje presenteert u uw bedrijf. De klant lijkt echter na vijf minuten al verveeld. Hoe komt dat?

U bent niet interessant. Hoe komt dat?

Een klant denkt heel snel: wat word ik er beter van? Hun interesse gaat dan ook snel verloren als u te veel over uzelf vertelt. **Tip.** Houd het dus kort als u uw bedrijf presenteert. *“Wij zijn een jong, dynamisch bedrijf dat gespecialiseerd is in ...”* volstaat al. Stel u dus kort voor en laat de folder achterwege. Dan peilt u de behoefte van de klant om daarop in te kunnen spelen.

- 1. Eerst behoeften peilen.** Klanten zijn in het algemeen niet erg geïnteresseerd in een voorgekookt verhaal. Zij hebben een probleem of wens en willen dat u dit oplost of vervult. U komt achter deze behoefte met vragen als: *“Wat speelt er precies in uw organisatie?”* - *“Welke bijdrage kunnen wij als bedrijf leveren?”* - *“Wat*



In veel verkoopgesprekken is het gebruiken van uw eigen bedrijfsfolder niet nuttig. Beter is het om de klant te vertellen hoe u hem kunt helpen. Uw folder is slechts een hulpmiddel, ga er dus spaarzaam mee om.

verwacht u van ons / een leverancier van ... ?”

- 2. Inspelen op behoefte.** Vervolgens vertelt u de klant hoe u hem kunt helpen. U noemt alleen die verkoopargumenten die aansluiten bij de behoeften van de klant. Op deze manier krijgt de klant een maatwerk verkoopgesprek voorgeschoteld en komt u als verkoper professioneel en daadkrachtig over. Want niet u als leverancier komt als belangrijkste over, maar uw gesprekspartner als klant.
- 3. Alles duidelijk?** De klant weet nu dat u hem van dienst kunt zijn. Vraag of alles duidelijk is. Heeft hij nog twijfels, dan zal hij deze uitspreken. Ook als hij nog bijvoorbeeld vragen over uw bedrijf heeft. Geef daar dan concreet antwoord op.

Pas op voor de verleiding

Laat u niet verleiden om alsnog uw bedrijfsbrochure te presenteren. Geef echter alleen antwoord op de vragen die de klant over uw bedrijf heeft. Daarbij kunt u gerust de brochure gebruiken om een en ander te illustreren. Bijvoorbeeld hoe het eigen bedrijf is gestructureerd of hoe het productenpakket is samengesteld.

Nut van de brochure

Natuurlijk is een bedrijfsbrochure niet geheel nutteloos. Een brochure kan altijd als extra naslagwerk voor de klant na een gesprek worden achtergelaten. Daarnaast is een brochure vooral geschikt voor ingewikkelde technische tekeningen die u niet zelf kunt tekenen. Verder zijn foto's van bestaande klanten die enthousiast uw product gebruiken een prima referentie. Maar laat in andere gevallen uw folder gewoon in de tas zitten. U bent een veel betere verkoper dan uw voorgedrukte brochure.