

## De order is binnen en nu?

*Uw werk is niet klaar als de opdracht binnen is. U moet er uiteraard voor zorgen dat de opdracht ook goed wordt uitgevoerd. Maar wat kunt u nog meer doen om de kans op vervolgoorders te vergroten?*

**Yes! Een order!** Na een lange periode van contact leggen, verkennende gesprekken voeren, aanbiedingen maken en onderhandelen is eindelijk de kogel door de kerk. U krijgt een eerste bestelling van een nieuwe klant. U heeft te maken gehad met zware concurrentie en heeft alles uit de kast moeten halen en de klant over de streep te trekken. Het is nu tijd om de opdracht correct en volgens afspraak uit te voeren en de basis te leggen voor een samenwerking op langere termijn.

**Een tevreden klant.** Uiteraard begeleidt u de uitvoering van die eerste opdracht goed in uw eigen organisatie. U controleert of alle gemaakte afspraken correct worden uitgevoerd en u laat u door uw collega's informeren als er afwijkingen of problemen ontstaan. Dit geeft u de kans uw klant hierover vooraf in te lichten. Dit voorkomt misverstanden en maakt naar uw klant toe een professionele indruk. Maar hoe kunt u ervoor zorgen dat de klant een volgende keer weer voor u gaat kiezen? **Tip.** Maak als de eerste opdracht volledig is uitgeleverd een nieuwe afspraak met als onderwerp: het evaluatiegesprek.

### Een evaluatiegesprek?

Een evaluatiegesprek is een verkoopgesprek zoals elk ander, alleen stelt u een aantal extra specifieke vragen. **Tip.** Leid uw evaluatievragen in met een opmerking zoals: *“Wij willen het graag goed doen voor onze klanten, dus wil ik graag even met u terugkijken naar onze eerste opdracht en u daarover enkele vragen stellen.”*

### Belangrijke evaluatievragen

1. *“Hebben wij de eerste opdracht naar behoren uitgevoerd?”* Als de klant positief antwoordt,



*Voer een kort evaluatiegesprek met uw klant, als de opdracht is uitgevoerd. Hiermee vergroot u de kans op vervolgoorders, verrijkt uw kennis en u vergroot de kans op nieuwe prospects.*

versterkt dit zijn idee dat hij met de juiste partner zaken doet. Het verkleint bovendien de kans dat hij nog twijfels krijgt (*“Heb ik het wel goed gedaan?”*) en vergroot in sterke mate de kans op een vervolgoorder. Bij een negatief antwoord is er natuurlijk werk aan de winkel. Vraag naar de verbeterpunten.

2. *“Wat hadden we toch nog beter kunnen doen?”* Met deze vraag ontvangt u gratis advies, goede ideeën of interessante aandachtspunten. Daarnaast zal een klant zijn kleine kritiekpunten, die hij na de eerste vraag voor zich heeft gehouden toch naar voren brengen. Dit voorkomt dat een kleine onvrede kan uitgroeien tot een klacht.
3. *“Wat heeft bij de beslissing om ons de eerste opdracht te gunnen de doorslag gegeven?”* Soms komen hier hele verrassende antwoorden naar voren. Waar wij denken dat klanten veelal op beslissen, blijkt soms achteraf helemaal niet belangrijk. Als u deze vraag stelt, krijgt u een beeld van wat de werkelijke reden is waarom u succesvol bent.
4. *“Als u ons zou moeten aanbevelen bij iemand, bij wie zou u dat dan doen?”* Deze vraag stuurt de mond-tot-mondreclame en kan in veel gevallen leiden tot directe warme leads naar andere prospects. **Tip.** Geef uw klant meteen één of twee extra visitekaartjes, die hij kan uitdelen binnen zijn netwerk.

### En verder nog?

Bovenstaande vragen lijken zo een beetje op een enquête, maar u weet zelf wel dat het gewoon een prettig gesprek moet zijn.

En is de gemiddelde ordergrootte te klein om de klant nog een keer te bezoeken? Bel hem dan even voor een evaluatiegesprek of stuur een brief.