



De verkoopuniversiteit

Hoe zijn de meeste verkopers hun carrière begonnen? Vers afgestudeerd van de universiteit met een masteropleiding Business to Business sales? Of een technische of marketingopleiding, gevolgd door een tweejarige intensieve commerciële vervolgopleiding? Nee, voor het vak van verkoper kun je geen echte opleiding doen in dit land. Het merendeel van de verkopers hebben geen of een niet-commerciële opleiding gevolgd. Ze vonden dat niet leuk of waren er niet goed in maar zijn daarna alsnog in het commerciële vak gerold. De meest ambitieuze en best begeleide verkopers volgen gelukkig cursussen en trainingen (waar ik mijn boterham mee verdien), maar het gros daarbuiten moet het doen met improvisatievermogen, geluk en tips en trucs die ze door jaren heen hebben opgepikt.

Producten en diensten gaan steeds meer op elkaar gaan lijken, marketingacties sorteren steeds minder effect en klanten raken moe van inefficiënte en ongetrainde verkopers. Goede verkopers zijn het echte onderscheidende vermogen van bedrijven in de markt. Echte professionals krijgen de business gegund. En een echte commerciële professional ben je niet zomaar en je wordt zeker niet zo geboren. Talent is onmiskenbaar belangrijk om goed te worden in een vak, dus ook in het verkoopvak. Maar talent is slechts een startpunt.

Het wordt tijd dat er een verkoopopleiding van start gaat op HBO-niveau of zelfs universitair. Een heuse verkoopuniversiteit wat mij betreft. Maar hoe moet zo'n opleiding eruit zien? Welke vakken worden er gegeven? Wat moet je leren en ervaren om een echte commerciële professional te worden? Ik heb een typische dag in het leven van de verkoopstudent als volgt voor ogen.

- 06:00 – Vroeg opstaan, oefenen voor later om vóór de files op pad te zijn.
 - 06:30 – Krant lezen, de financiële katern in het bijzonder om bij te blijven ten aanzien van de ontwikkelingen in de diverse markten.
 - 07:15 – Presentatie en cases, die vandaag worden behandeld, doorlezen in de trein (je hebt natuurlijk nog geen leaseauto).
 - 08:30 – Een hoorcollege over communicatie en psychologie, over de fijne kneepjes van menselijk waarnemen, luisteren en gesprekstechnieken.
 - 09:30 – Een praktische bedrijfssimulatie over de beste manier om als leverancier waarde toe te voegen bij klanten en rendementsverbeteringen om te sporen.
 - 10:30 – De wekelijkse presentatie van een van de studenten met als focus spreken in het openbaar en de performance van een verkooppresentatie. De groep en docenten geven uiteraard feedback.
 - 11:30 – Onderhandelings- en beïnvloedingssimulatie met vandaag als thema hoe het beste te onderhandelen met een DMU die uit meer dan twee personen bestaat.
 - 12:30 – Tijdens de lunch een aantal e-mailtjes sturen naar bedrijven die een potentiële stageplaats in de aanbieding hebben.
 - 13:30 – Businesscase en rollenspel. Tezamen met twee andere studenten een voorbereide case uitspelen, die binnen een groep van twaalf studenten wordt nabesproken.
 - 15:30 – Hoorcollege marketing en creativiteit met als bijzonder thema vandaag hoe offertes leesbaarder en klantgerichter kunnen worden geschreven.
 - 17:00 – In de trein terug naar huis lekker ontspannen, thuisgekomen snel omkleden en lift regelen met een medestudent om samen uit eten te gaan vanavond.
 - 19:00 – Diner en aansluitende netwerkborrow, georganiseerd door een headhunterbureau op zoek naar commerciële toptalenten.
 - 23:00 – Voldoende nuchter alleen naar bed, morgen weer vroeg college.
- 's Nachts - een prachtige droom over het uitzoeken van een mooie nieuwe leaseauto, het binnenhalen van grote opdrachten en onder luid applaus het in ontvangst nemen van de Nobelprijs van de verkoop.



Gaat de verkoopuniversiteit er komen? Voor een verkooptrainer is een verkoopuniversiteit natuurlijk geen mooie droom maar een nachtmerrie. Ik kan in dat geval mijn beroep wel aan de wilgen hangen, met zoveel goedgeschoolde en getrainde verkopers. Ik schrik elke nacht weer wakker uit mijn nachtmerrie. Mijn agenda zit nog hartstikke vol en er moeten nog veel verkooptalenten worden getraind. Gelukkig maar.

Auteur

Harro Willemsen

hw@presentpresents.com