De zeilboot aan de muur

U heeft een eerste afspraak met een potentiële klant. Na even gewacht te hebben in de hal van het bedrijf, wordt u door de receptioniste naar het kantoor gebracht van de man waarmee u de afspraak heeft. Aldaar wordt u op hartelijke wijze ontvangen, schudt hem de hand en ziet gelijktijdig dat er een grote foto van een indrukwekkende zeilboot aan de muur van het kantoor hangt. Een uitgelezen kans voor een onschuldige, ijsbrekende vraag. Toch?

Het inleidende praatje bij een afspraak met een nieuwe klant is belangrijk. Even snuffelen aan elkaar. “Was het druk onderweg?” of “Heeft u het makkelijk kunnen vinden?” Begin zelf echter nu eens niet over die zeilboot aan de muur. Honderden van uw voorgangers hebben daar immers al naar gevraagd en dus is het een behoorlijk afgezaagd onderwerp. Daarnaast weet u niet of de man eigenlijk wel van zeilen houdt. De foto kan van een collega zijn of zijn baas is een fanatiek zeiler. Maar het kan ook nog erger. “Ik heb dat ding opgehangen om te kijken of er weer zo’n standaardverkoper aan mijn bureau komt zitten.” Dit was het letterlijke antwoord dat ik een keer te horen heb gekregen in mijn eerste jaren in de buitendienst.

De belangrijkste taak van een verkoper in de beginfase van een gesprek met een nieuwe klant is het aantonen van professionaliteit. U wilt de klant het gevoel geven dat u de juiste gesprekspartner voor hem bent. Dit kunt u niet bereiken door te vragen naar zijn zeilboot of door meteen veel te gaan vertellen over uzelf of uw bedrijf. U doet iets totaal anders: u houdt uw mond.

U bent bij iemand te gast en hij zal er alles aan doen om u op uw gemak te stellen. Dus het enige wat u doet in deze fase, na het gebruikelijke praatje over het weer, is uw mond houden. Ga lekker zitten, wacht op het kopje koffie dat u wordt aangeboden en kijk zelfverzekerd in het rond. De klant zal zelf het gesprek openen en laat hém de eerste toon zetten. Daarna kunt u de leiding van het gesprek geleidelijk gaan overnemen met een aantal goede, belangstellende en positief kritische vragen. Maar welke vragen zijn dit?

Bezoek vooraf aan het gesprek de website van het bedrijf, lees recente nieuwsberichten, praat met mensen die het bedrijf of de klant kennen en ‘Google’ naar de naam van uw gesprekspartner. Hiermee verzamelt u een schat aan informatie, waarna u goede vragen voor de beginfase het gesprek kunt voorbereiden. Vragen die uw gesprekspartner blij zullen verrassen. Bijvoorbeeld:

- Ik heb in een aantal publicaties gelezen, dat uw bedrijf veel tijd en moeite investeert om de Oost-Europese markt te veroveren. Waarom is juist die markt zo belangrijk?
- Er zijn in het laatste jaar veel ontwikkelingen geweest op uw vakgebied van de technische inkoop. Wat zijn volgens u daarvan de belangrijkste?

Het stellen van goede vragen over de branche, markt en het betreffende vakgebied van de klant in het begin van het gesprek, zegt meer over uw professionaliteit dan een praatje over de zeilboot. Als de klant zelf over zijn boot begint is het natuurlijk prima om hier enthousiast op in te gaan en ook nieuwsgierig naar te zijn. Maar hoeveel klanten heeft u al meegemaakt, die zelf begonnen over die zeilboot aan de muur?

Auteur
Harro Willemsen
hw@presentpresents.com

© Present Presents 2006