



Foutjes die uw verkoopgesprek binnensluipen

Hans heeft aardig wat ervaring als verkoper. Toch merkt hij dat zijn verkoopgesprekken steeds stroever beginnen te lopen. Blijkbaar zijn er in de loop van de tijd foutjes in zijn aanpak geslopen.

Hans verkoopt al enige jaren hard- en software. Hij heeft geen idee waarom zijn gesprekken steeds stroever beginnen te lopen. Eerst verschuilt hij zich nog achter 'een slechte markt' en 'harde concurrentie', maar hij vermoedt dat hij zelf oorzaak is van dit probleem. En dat terwijl hij zijn verkoopverhaal toch van binnen en van buiten kent. Daarom gaat hij te rade bij een oude rot in het vak die een dagje met Hans meegaat. Zijn boodschap is duidelijk: Hans gebruikt veel te veel verkeerde woorden en zinnen.

Onbewust verkeerd taalgebruik

Hans let zelden op zijn taalgebruik. Hij vervalt vaak in algemeenheden, verkleinwoorden en tegeltjeswijsheden. Veel verkopers maken onbewust deze fouten en dat wekt irritatie op bij de klant. Wat zijn de belangrijkste fouten die u kunt voorkomen? Waar moet u speciaal op letten? Verkooptrainer Harro Willemsen geeft antwoord.

1. Gebruik geen verkleinwoorden

Hans zei: "Wij leveren allerlei soorten printertjes, laptopjes en servertjes." Deze verkleinwoorden doen afbreuk aan de kwaliteit of de toegevoegde waarde van uw product. **Tip.** Beter is om krachtige en duidelijke taal te gebruiken. Dus: "Wij leveren een breed pakket aan kwaliteitsproducten op hardwaregebied, waaronder alle topmerken printers, laptops en servers." **Let op.** De 'overtreffende verkleinende trap' is het woord 'stukje': "We leveren altijd een stukje service bij onze producten," of "Natuurlijk leveren we ook een stukje ondersteuning bij de oplevering." Waarom levert u niet een optimale of geweldige service? Ban 'stukje' uit uw woordenschat; meestal is het toch slechts een stopwoordje dat uw verkoopbetoog omlaag haalt.



Vermijd verkleinwoorden, te veel spreekwoorden en tegeltjeswijsheden en woorden als 'een stukje' en 'concullega'. Wees echter origineel en gebruik liever krachtiger en duidelijker taalgebruik.

2. Mijd het woord 'concullega'

Hans gebruikte ook het moderne woord 'concullega'. Deze samenvoeging van de woorden concurrent en collega is de laatste jaren sterk opgekomen in verkoperstaal. Maar sommige klanten vinden dat zwak overkomen. Alsof u de concurrentie niet aandurft. Als u op de details wilt letten en elk risico wilt voorkomen, mijd dit woord dan. Zeg niet: "Dat is een bekende concullega", maar: "Dat is een andere partij in de markt." Concullega lijkt misschien vriendelijker te klinken, maar u onderscheidt zich als u het woord niet gebruikt.

3. Pas op met spreekwoorden

Een klant kan een citaat, spreekwoord of gezegde over het algemeen wel waarderen. Maar overdrijven schaaft! Sommige verkopers grossieren er werkelijk in ("Nou die opdracht heb ik voor de poorten van de hel weggekaapt. Daarvoor zat ik wel in de piepzak en als ik hem had gemist, was ik de pineut geweest."). Voorkom dat u gezien wordt als 'die verkoper met die tegeltjeswijsheden'.

Als u met een gezegde de klant als het ware de mond snoert, wint u niets, maar door het slim toe te passen, valt u positief op.

Uw collega als adviseur

De beste remedie om mogelijk verkeerd woordgebruik tegen te gaan, is advies te vragen aan een collega. Het is veelal onbewust gedrag en zal uzelf dus zelden opvallen. Laat hem of haar eens meeluisteren met uw verkoopgesprekken en u achteraf feedback geven. Het omschakelen naar sterker en origineler taalgebruik vergt enige moeite en bewustwording. Maar op termijn hebben u en ook uw klanten er veel profijt en plezier van.