



## Verkooptip: Eureka! Creativiteit en verkopen

Eureka! In een vlaag van creativiteit stelde ik mijn klant een oplossing voor, waar we allebei tijdens de afgelopen gesprekken nog niet op waren gekomen. Het vastgelopen onderhandelingsproces was met een simpel idee vlotgetrokken en twee uur later schudden we elkaar de hand. Een aantrekkelijke deal voor beide partijen voor een periode van drie jaar. En dat alles door die ene ingeving.

Verkopers moeten vaak met kunst- en vliegwerk proberen om praktische problemen tijdens het verkoopproces op te lossen. Daar is veel creativiteit voor nodig en niet iedereen is van nature even creatief. Er zijn boekenkasten vol geschreven over creativiteit en hoe je dat kunt ontwikkelen en stimuleren. Creativiteit ontwikkelen is afscheid nemen van je standaardpatronen en nieuwe combinaties zoeken. Iedereen is creatief, maar creativiteit begint met een andere houding en attitude. Ik heb een aantal eenvoudige tips verzameld om je eigen creativiteit te prikkelen, zodat hopelijk die ene belangrijke ingeving je in de toekomst op het juiste moment te binnen zal schieten.

- Recente schattingen geven aan dat managers en collega's gemiddeld vier keer zo veel negatieve opmerkingen maken als complimenten geven. Neem je voor om minstens drie keer per dag een welgemeend compliment te maken aan een collega of leverancier. Deze manier van kijken (wat gaat er goed bij de ander) stimuleert het brein op een andere wijze dan negatief kijken (wat is er allemaal fout of verbeterbaar bij de ander). Als je 's avonds in bed ligt, geef jezelf dan ook een compliment over iets dat je die dag hebt gedaan en waarover je tevreden bent.
- Als je tijd over hebt om een volgende afspraak te halen, kies dan een alternatieve route in plaats van de weg die je altijd rijdt. Probeer je bestemming te vinden zonder een kaart of navigatiesysteem te gebruiken. Ga af op je gevoel en rij op je 'interne kompas.'
- Luister naar een ander radiostation en andere muziek (Bach!) dan je gewend bent. Lees tijdschriften, kranten, boeken die totaal niet bij je passen en die je normaal nooit zou lezen. Probeer je bij al deze activiteiten te verplaatsen in de makers en lezers / kijkers. Wat zien ze, wat proberen ze te communiceren, waar hebben ze het over? Wat is jouw waarneming? Mensen die nieuwsgierig zijn en zich verdiepen en verbreden in voor hen onbekende zaken worden creatiever dan mensen die altijd dezelfde impulsen tot zich nemen.
- Praat met mensen, waarmee je normaal gesproken nooit een gesprek zou voeren. Wat houdt hen bezig, wat zijn hun idealen en wat is hun passie? Lees mijn [Tante Annie column](#) ter inspiratie.
- Verdiep je in het oplossen van puzzels, breinbrekers, raadsels, zoekplaatjes, enzovoort. Suggesties zijn bijvoorbeeld: [Creative puzzels](#) en [Your amazing brain](#).
- Stop met het direct om zeep helpen van nieuwe ideeën. Opmerkingen als "Dat hebben we al eens eerder geprobeerd", "Da's toch veel te duur", "Dat gaat bij ons niet werken", "Dat gaat mijn klant toch niet pikken" zijn funest voor creativiteit. Het beoordelen van een idee is pas een latere stap in een creatief proces. Probeer eerst een idee te verrijken ("Wat kunnen we hier allemaal mee", "wat zijn de positieve gevolgen van dit idee") voordat je het meteen afschiet. Goede ideeën zijn vaak begonnen als gekke ideeën.

### Auteur

Harro Willemsen

[hw@presentpresents.com](mailto:hw@presentpresents.com)

Eerder verschenen op [www.verkopersonline.nl](http://www.verkopersonline.nl)