

Verras de klant met u kennis en expertise

Jan weet ondanks een enorme concurrentie uit China, zijn klanten op een slimme manier aan zich te binden. Zij zien hem als de expert en denken niet zonder hem te kunnen. Hoe heeft Jan dit voor elkaar weten te krijgen?

Jan Grootmans is een ervaren verkoper bij een technische groothandel, die reeds 25 jaar actief is in het leveren van een breed assortiment onderdelen aan de industrie. De groothandel voert veel kwaliteitsmerken en heeft een imposante klantenkring opgebouwd. Technische groothandels hebben het erg moeilijk gehad o.a. door de opkomst van goedkope producten uit China, nieuwe concurrentie in de vorm van webshops die met flinterdunne marges werken en een sterke professionalisering van de inkoopafdeling van haar klantenkring. Toch heeft Jan Grootmans zijn omzet op een goed peil kunnen houden. Wat is zijn geheim?

1. De expert

Jan is de afgelopen jaren een expert geworden binnen zijn eigen vakgebied. En dat is niet alles. Hij heeft namelijk al deze kennis gedeeld met zijn klanten. Jan leest wekelijks alle vakliteratuur en financiële kranten, bezoekt productintroducties van fabrikanten en praat met vakgenoten en andere experts tijdens netwerkbijeenkomsten. Hij is voortdurend op zoek naar interessante ideeën, die voordeel opleveren voor zijn industriële klanten.

Bijvoorbeeld. Als fabrikanten met nieuwe producten komen, stuurt hij geen foldertje, maar vertaalt hij het meteen in een kans voor zijn klant: *“FKS komt met een nieuwe lijn lagers dit najaar. Ik heb een klein rekensommetje gemaakt en ik verwacht dat je tot 5% kunt besparen op de onderhoudskosten van je machine.”*

Geen profijt. Jan doet dat ook als hij er zelf geen direct profijt van heeft, bijvoorbeeld *“Frits, ik weet dat je op zoek bent naar nieuwe kapelmatrijzen. Op de beurs in Keulen zag ik een leverancier die je wellicht verder kan helpen.”*



Zorg ervoor dat u regelmatig uw bestaande klanten blijft verrassen met vakkenis, trends, leads en weetjes. Zij zien u op den duur als expert en blijven dan eerder hun vervolgoedachten aan u gunnen.

2. Verrassingen

Jan maakt verder van alle interessante zaken die hij tegenkomt in zijn vakgebied een leuke verrassing voor zijn klanten. Hij stuurt dan een korte e-mail of briefje naar zijn klanten of hij belt even. Enkele voorbeelden:

- Als hij ‘iets hoort’ binnen de branche van zijn klanten. *“Beste Gerrit, Ik hoorde dat een van jouw klanten bezig is met de nieuwbouw van een pand in Polen. Misschien liggen hier commerciële mogelijkheden voor jouw bedrijf. Bij mijn volgende bezoek zal ik je uitgebreid hierover informeren.”*
- Jan komt ook goede mensen tegen, die wellicht een vacature bij zijn klanten kunnen invullen. *“Ik ben een goede en enthousiaste onderhoudsmonteur tegengekomen, misschien iemand om jullie onderhoudsteam te versterken?”*
- Soms stuurt Jan alleen een complimentje: *“Ik las in het Financieel Dagblad dat jullie die opdracht in Saoedi-Arabië binnen hebben, gefeliciteerd!”*

Altijd welkom

Natuurlijk moet Jan ook gewoon blijven verkopen en scherpe offertes uitbrengen, want de omzet komt nooit vanzelf. Maar Jan is wel altijd welkom bij zijn klanten, omdat hij binnen de branche als echte expert wordt gezien. Omdat Jan gul is met het delen van zijn vak- en branchekennis gunnen zijn klanten hem ook hun vervolgoedachten en hoort hij altijd bij de kanshebbers bij nieuwe projecten.

Let op. Met bovenstaande aanpak schuilt er een klein addertje onder het gras. U moet voor uzelf goed bepalen hoeveel tijd u in dit soort zaken steekt. Voordat u het weet, bent u alleen maar bezig met de klant en niet met uw eigen omzet ...