

## Een kwart meer winst zonder extra verkopers?

door: dr. Alex Klein

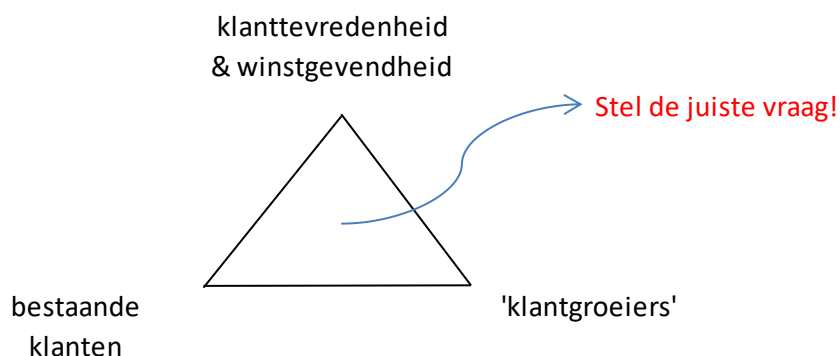
De afdeling verkoop vindt zichzelf de belangrijkste afdeling van het hele bedrijf. 'Want,' zo redeneren de verkopers, 'wij onderhouden het contact met de klant en wij halen de omzet binnen!' Echter, klanten zijn té belangrijk om alleen bij verkoop te laten liggen! Train daarom uw 'klantgroeiers', zodat uw winstgevendheid hard stijgt. Aan het eind van dit artikel weet u hoe deze kansen te verzilveren!

Verkopen is een vak, dat is waar. Het binnenhalen van nieuwe klanten middels cold-canvassing is zeker een zware opdracht. En dus, zodra een lead tot klant is geworden, moet deze worden weggehaald bij de verkopers en worden toevertrouwd aan 'klantgroeiers', een nieuwe functie of taak voor iedere medewerker die contact heeft met de klant.

### Introvert of extrovert?

Verkopend personeel zijn meestal extroverte, makkelijk pratende medewerkers, die 't redelijk met zichzelf getroffen hebben en die het leuk vinden om met andere mensen te praten. Die eigenschappen hebben ze hard nodig bij het binnenhalen van klanten en opdrachten. Collega's van de binnendienst of de technische dienst hebben die vaardigheden vaak niet (of in mindere mate), terwijl ze wél regelmatig contact hebben met bestaande klanten.

Een bestaande klant is een persoon (of een organisatie, vertegenwoordigd door een persoon), die uw organisatie en haar dienstverlening kent. En waarschijnlijk zijn ze ook redelijk tevreden, anders waren ze al lang overgestapt naar de concurrent. Kunt u meer halen uit iedere bestaande klant? Het antwoord is: JA! Uit onderzoek<sup>1</sup> komt namelijk naar voren dat het aanbieden van een extra product een sterke invloed heeft op de omzet en de winstgevendheid. Dus als ik deze drie zaken combineer, dan kom ik tot de volgende driehoek.



### Vragen om de opdracht

Bij ieder verkoopgesprek is het belangrijkste (en het moeilijkste) het vragen om de opdracht. In iedere salespitch moet minimaal één maal de 'vraag-om-de-opdracht'-vraag gesteld worden. Omdat de klantgroeiers minder praatgraag zijn, vinden zij dit waarschijnlijk nóg moeilijker en is het dus verstandig ze hiermee te helpen door ze concrete vragen mee te geven.

Directie- of MT leden, die contact hebben met klanten, krijgen een kaartje met de volgende vraag: "Op welke wijze kan onze organisatie uw bedrijf meehelpen haar doelen te bereiken?" Dit is een open vraag, die uitnodigt om een goed gesprek op bedrijfsniveau te voeren. Dit wordt een conversatie tussen de hogere echelons van twee bedrijven, waarbij uw afvaardiging meer een strategische sparringpartner dan een verkoper wordt.

Telefonistes, klantenservice- of binnendienstmedewerkers krijgen een poster waarop de volgende vraag staat: “Zijn er nog andere zaken waarmee wij u van dienst kunnen zijn? Wat dacht u van onze aanbieding: .....

Medewerkers van de technische dienst (ook wel ‘tech-nerds’ genoemd) zijn misschien wel de grootste uitdaging, omdat zij over het algemeen het meest introvert zijn en het daardoor extra lastig vinden om met niet-technische mensen te praten. Toch zijn zij waarschijnlijk de belangrijkste klantgroeiers van allemaal! Het enige dat zij hoeven te vragen is: “Nu dat ik er tóch ben, zijn er nog andere problemen die ik voor u kan oplossen?” Een vraag die gegarandeerd zorgt voor meer omzet.

### **Vragen om de referentie**

Maar u kunt nog meer halen uit iedere gewaardeerde relatie. Een klant die naar volle tevredenheid geholpen is, staat vaak open voor de referentievraag: ‘Kent u nog iemand die met dezelfde problemen kampt en mogen wij die namens u benaderen voor onze oplossing?’ Deze vraag ligt een abstractieniveau hoger, maar zal wel een sterk resultaat hebben. In principe put u actief uit het netwerk van uw klant; op die manier bereikt u veel meer potentieel geïnteresseerde prospects.

Deze referentievraag kan ook prima online werken. Laat uw klant via Facebook, Instagram of een ander social-medianetwerk melding maken van het goede werk dat u heeft verricht. Laat de monteur bijvoorbeeld een selfie maken met de klant vóór de gerepareerde verwarmingsketel en plaats deze online, gekoppeld aan een wedstrijd, waarbij de post met de meeste likes wekelijks kans maakt op een lekkere slagroomtaart of iets dergelijks. Dit levert veel gratis reclame, veel social-media aandacht en een hoog bereik op, het is maar hoe u het noemt.

Tijdens lezingen en bijeenkomsten word ik vaak stom aangekeken na de opmerking: “U laat actief omzet liggen!” Stel de juiste vragen aan uw klant en uw omzet, klanttevredenheid en winstgevendheid kunnen zomaar met tientallen procenten stijgen.

Maak van uw klanten ambassadeurs en van uw niet-verkoop-maar-wel-klantcontact medewerkers ‘klantgroeiers’ en zie vanaf morgen uw bedrijfsresultaten verbeteren. En het mooiste van alles: het hoeft u niets te kosten!

### **De kracht van vragen stellen...**

Graag help ik u mee een beeld te krijgen óf het voor u en uw organisatie mogelijk is om méér omzet en méér winst te bereiken door het inzetten van klantgroeiers. Daartoe heb ik een aantal vragen voor u op een rijtje gezet.

Mag ik u uitnodigen om hier eens naar te kijken?

- |  |          |
|--|----------|
| - Zijn de verkopers de enige die contact onderhouden met de klant? | Ja / Nee |
| - Wordt door de niet-verkopers actief gevraagd om de opdracht?     | Ja / Nee |
| - Weten deze klantgroeiers welke vraag gesteld moet worden?        | Ja / Nee |
| - Maakt u actief gebruik van social-media?                         | Ja / Nee |
| - Kent u de term ‘social-media selling’?                           | Ja / Nee |
| - Gebruikt u ijverig de referenties van uw klant?                  | Ja / Nee |
| - Maakt u van uw klant een actieve ambassadeur?                    | Ja / Nee |

Als u bij één of meer van deze vragen NEE heeft geantwoord, dan zie ik nog mogelijkheden om - tegen zeer lage kosten - betere bedrijfsresultaten te bereiken. Meer naamsbekendheid, meer peer-to-peer reclame, meer omzet, meer winst, kortom: meer en betere financiële resultaten.

Een vraag stellen kost niets, maar kan heel veel opleveren. Durf te vragen!

---

<sup>i</sup> NOVOR: Nationaal Onderzoek ter Verbetering van Organisatie Resultaten, door dr. Alex Klein