



HOOFDSTUK 4

De RATRACE

Zeven ingrediënten voor effectieve koude acquisitie

Als er een manier is om het beter te doen, vind die dan

- Thomas A. Edison

Koude acquisitie hoort helaas tot een van de minst geliefde activiteiten van veel commerciële medewerkers. Het gevolg hiervan is, zoals ik het noem, het MA-DI-WO-DO-syndroom, ofwel de kunst van het uitstellen. Mensen hebben in algemene zin de neiging om alles wat ze niet leuk vinden, voor zich uit te schuiven in de hoop dat het dan 'vanzelf' verdwijnt. Door uit te stellen wat je niet graag doet, ontwikkel je er echter nog meer weerstand tegen. Maar daar is iets aan te doen.

In dit hoofdstuk: De ingrediënten van de RATRACE. Dé tips om succesvol te worden in koude acquisitie.

Ben jij commercieel medewerker bij een organisatie of heb je je eigen bedrijf? Wellicht herken je je dan in wat nu volgt.

In het weekend bedenk je dat de komende week nu écht in het teken van koude acquisitie zal staan. Op maandag vind je

echter dat een maandag geen goede dag is voor koud bellen en dus verzet je het naar dinsdag. Op dinsdag komt er onverwacht een afspraak met collega's tussendoor, heb je een paar urgente mailtjes en dus wordt woensdag tot dé dag gebombardeerd. Maar helaas heb je woensdag een aantal externe afspraken en voel je je niet helemaal top om te bellen, dus wordt het donderdag. Op donderdag was je echter vergeten dat je nog een beoordeling moest voorbereiden, dat er een sollicitant kwam en dus wordt het vrijdag. En op vrijdag denk je: *'tja, dit is eigenlijk niet zo'n goede dag om te bellen, want iedereen zal wel een atv-dag hebben. Weet je wat: volgende week; dán ga ik er écht mee aan de gang...'*

En zo wordt koude acquisitie op de lange baan geschoven en komt van dit uitstel vroeg of laat afstel... Het MA-DI-WO-DO-syndroom. Herken je het?

Ik zal je verklappen: bijna iedereen die ik hierover spreek, herkent zich hier in meer of mindere mate in.

Om bedrijven te helpen om effectievere koude acquisitie te doen en daar ook meer plezier aan te beleven, heb ik zeven ingrediënten gedefinieerd die, gebaseerd op mijn meer dan 25 jaar ervaring met succesvolle koude acquisitie, het verschil bepalen tussen succes en falen.

De zeven ingrediënten heb ik samengevat onder de naam RATRACE. Elke letter van dit acroniem staat voor één ingrediënt. In de komende hoofdstukken komen die allemaal aan de orde, maar hier alvast een korte inleiding erop.

***R*eflectie**

Als je succesvol wilt zijn bij het bellen met prospects, zul je op een goede manier moeten voorbereiden. Neem de tijd voor reflectie (bezinning) op wat je wilt doen en wilt bereiken. Zorg dat je je zaakjes op orde hebt. Bezint eer gij begint...

***A*nder centraal**

Het is de kunst bij koude acquisitie om niet jezelf, maar vooral de ANDER tijdens het gesprek centraal te stellen. De prospect zal zich vanaf de allereerste seconde dat hij door een onbekende gebeld wordt, namelijk de vraag stellen: *What's in it for me?* Hier zul je dus ook letterlijk vanaf de eerste seconden van het gesprek een antwoord op moeten hebben.

***T*iming**

Als ik tijdens een workshop de deelnemers vraag wat de beste dagen van de week zijn om te bellen en welke tijdstippen het beste scoren, komen er steevast dezelfde reacties: *"Alle dagen zijn goed en we beginnen rond half 10 tot een uurtje of 12, dan weer vanaf 2 uur tot een uur of 4, half 5."*

Mijn ervaring is dat het juist uiterst effectief is om eens vaker op niet traditionele momenten te bellen.



***R* apport creëren**

Rapport (op z'n Frans uitgesproken: rapoor) oftewel een klik met iemand maken is iets waarvan bijna iedereen aangeeft: *"Dat is er of dat is er niet, dat merk je al in de eerste seconde..."* Maar rapport is tot op zekere hoogte te creëren. En als het je lukt om die klik voor elkaar te krijgen, neemt de kans op een afspraak exponentieel toe.

***A* fspraak verkopen**

Menig acquisiteur begint het gesprek aan de telefoon met het uitgebreid beschrijven van de belangrijkste activiteiten van zijn eigen organisatie (inhoud, inhoud, inhoud). Vindt de klant dit relevant? Nee! De crux is om de afspraak te verkopen, niet de inhoud.

***C* oncentratie**

De kunst van het uitstellen beheersen we allemaal. Maar het is een feit dat je je weerstand om de telefoon op te pakken verlaagt als je een paar uur achter elkaar belt. Laat je dus niet afleiden, want dan werp je steeds weer je eigen drempel op. Vermijd dingen die je uit je concentratie halen, zoals mail checken, geeltjes maken of collega's spreken. Zorg dat je geconcentreerd bezig bent met koude acquisitie, dan komen het plezier en succes 'bijna vanzelf'.



E n t h o u s i a s m e

Tenslotte is enthousiasme een bepalende factor in het verschil tussen succes en falen bij koude acquisitie. De prospect moet voelen dat jij enthousiast bent over zijn bedrijf, over je eigen bedrijf, over je diensten of producten en dat je uitziert naar een persoonlijke kennismaking.

Dit zijn de zeven ingrediënten van de *Koude Acquisitie RATRACE®*, die ik in de volgende hoofdstukken uitgebreid zal beschrijven.

Gebruik ze en je zult merken dat koude acquisitie een zeer effectieve en goedkope manier is om nieuwe klanten te verwerven. En nogmaals: hoe beter je wordt, hoe meer plezier je aan je gesprekken zult beleven.