

Succes in de showroom!

Succesvol leads omzetten in orders

Praktisch handboek voor
Verkoopadviseurs in de showroom

Succes in de showroom!

Maarten van Vugt

Schrijver: Maarten van Vugt
Coverontwerp: Studio Watermunt
ISBN: 9789403701431
© Copyright 2023 Tower Consulting
1e druk, juni 2023

Inhoudsopgave

Voorwoord		6
Proloog		7
Hoofdstuk 1.	Het begin	9
Hoofdstuk 2.	De zoektocht	12
Hoofdstuk 3.	Eerste leerpunten van het verkopen	15
Hoofdstuk 4.	Het tweede gesprek	17
Hoofdstuk 5.	Een week verder	21
Hoofdstuk 6.	De kennismaking	23
Hoofdstuk 7.	Lead opvolging	26
Hoofdstuk 8.	Leerpunten telefonische laadopvolging	30
Hoofdstuk 9.	Het toepassen van de leerpunten in de praktijk	32
Hoofdstuk 10.	Omgaan met tegenwerpingen aan de telefoon	36
Hoofdstuk 11.	Overpeinzingen van Kees	45
Hoofdstuk 12.	De aanhouder wint	49
Hoofdstuk 13.	Een nieuwe week en nieuwe kansen	53
Hoofdstuk 14.	Een nieuwe taak	59
Hoofdstuk 15.	Time management en efficiency	64
Hoofdstuk 16.	Koude acquisitie	67
Hoofdstuk 17.	Ervarend leren	72
Hoofdstuk 18.	Succes en teleurstelling	82
Hoofdstuk 19.	Showroom verkoop	85
Hoofdstuk 20.	Einde van een tijdperk	106
Bijlage 1. De belangrijkste leerpunten voor “Succes in de Showroom!”		
1.1	Wat is verkopen?	109
1.2	Persoonlijke voorwaarden voor succes	110
1.3	Aandachtspunten voor telefonische laadopvolging	112
Bijlage 2. Voorwaarden voor succesvolle showroom verkoop		
2.1	De opening van het gesprek	117
2.2	De Analysefase	121
2.3	De Argumentatiefase	124
2.4	Omgaan met tegenwerpingen en bezwaren	128
2.5	Het vermijden van blokkerende discussies	130
2.6	Omgaan met prijs bezwaren	134
2.7	De Afsluitfase	138

Voorwoord

Dit boek is geschreven voor iedereen die geïnteresseerd is in het antwoord op de vraag hoe je succesvol kunt zijn in persoonlijke verkoop.

Ruim 30 jaar heb ik duizenden verkopers en hun managers mogen trainen en coachen in dit boeiende vak. De principes in dit boek zijn toepasbaar voor alle verkoopsituaties en alle producten of diensten. De reden dat ik een verkoper in de autoshowroom als voorbeeld heb genomen is, dat veel mensen in aanraking zijn geweest met deze beroepsgroep. Als leverancier of als klant, particulier of zakelijk. Dat maakt de voorbeelden herkenbaar voor iedereen die dit leest. Daarnaast zijn alle voorbeelden gebaseerd op werkelijke gebeurtenissen die ik in de showroom tijdens coaching- en trainingssessies heb gezien en gehoord.

Ik wil al mijn deelnemers, coachees en opdrachtgevers danken voor het kunnen uitoefenen van mijn vak.

Dankbaar ben ik ook voor de inspanningen die Prof. dr. Ad Verhagen en Prof. dr. Wim Morshuis hebben gepleegd en die ervoor gezorgd hebben dat ik dit vak nog jaren kan blijven uitoefenen.

Na 30 jaar ben ik nog steeds elke dag gefascineerd door de ontwikkeling die mensen kunnen doormaken. Mensen zien ontwikkelen, carrière zien maken, succes zien vieren en bovenal gelukkig zien worden in hun beroep is voor mij de beloning in mijn vak. Het is een voorrecht om mensen te mogen ondersteunen in het succesvol worden en blijven.

Alle personen die worden beschreven in dit boek zijn fictief. Dus mocht je ooit iemand tegenkomen die heel veel overeenkomsten vertoont met een personage in dit boek, dan berust dat op louter toeval.

In dit boek is gekozen voor de “hij” vorm. Waar mogelijk kan overal waar “hij” staat uiteraard ook “zij” of “hen” gelezen worden.

Normaliter maken we een onderscheid in klanten, prospects en suspects. Voor de leesbaarheid gebruiken we hier echter uitsluitend het woord klant.

Veel plezier met het lezen van dit boek en dat de toepassing van alle tips en adviezen mag leiden tot nog meer “succes in de showroom”, is de wens van

Maarten van Vugt

Proloog

Het is voor de meeste mensen al laat op de avond en Roald komt weinig verkeer tegen op weg naar zijn favoriete kroeg. Al append, vindt hij automatisch de voor hem zo bekende route.

Een aantal vrienden komt vanavond ook, maar zijn beste vriend Floris laat het afweten. Floris is zojuist, net als Roald, afgestudeerd en had al snel een leuke baan. Met Floris heeft hij van alles beleefd sinds ze vrienden zijn geworden op de middelbare school. Samen het eerste biertje, samen achter de meiden aan, uitbundige examenfeesten en een fantastische roadtrip door Europa. Lief en leed hebben ze gedeeld. Steeds vaker laat Floris echter verstek gaan. Hij is ambitieus, wil een echte carrière en heeft doelen voor zichzelf gesteld. Roald heeft met bewondering zijn vriend gevolgd en heeft diep respect voor wat hij allemaal al voor elkaar heeft gekregen het afgelopen jaar.

Roald is daar nog helemaal niet aan toe. Het is “party time” en het ongedwongen nietsdoen bevalt hem prima. Werken doet hij alleen om het noodzakelijke geld bij elkaar te krijgen. Adjes, gamen en bier kosten namelijk geld en in zijn geval véél geld.

Hij zet zijn fiets tegen de muur van de kroeg en ziet één van zijn vrienden aan de overkant lopen. ‘Hé, Tim hoe is het ouwe?’ Lachend lopen de vrienden op elkaar af en begroeten elkaar uitbundig. ‘Party time man! Ja, hopelijk is er wat te doen, het is tenslotte dinsdagavond.’

Op tijd realiseert Roald zich dat zijn fiets nog op slot moet. Hij is al te vaak thuisgekomen zonder fiets, tot grote ergernis van zijn ouders.

Hij weet het van zichzelf. Hij is snel afgeleid en dan vergeet hij dingen. Tijdens zijn studie is dat vaak een enorm struikelblok gebleken. Weinig focus tijdens de lessen en echt studeren kost hem moeite. Na één bladzijde lezen dwaalt hij al af. De verleidingen zijn ook groot. Constant appjes, vriendschapsverzoeken om te gamen, grappige filmpjes, fantasierijke gedachten, noem maar op.

Hij is behoorlijk populair omdat je met hem kunt lachen, hij altijd spannende verhalen heeft en verrassend goed feiten kan produceren als iemand iets beweert wat niet waar is. Echte doelen stelt hij zichzelf niet. Het komt vanzelf wel op zijn pad en dan maar kijken hoe het loopt. Als hij werkt, dan gaat hij er wel echt voor. Hij is conditioneel sterk, kan met iedereen opschieten en is zeer loyaal.

Tijdens zijn studie management heeft hij het met name gered door zijn snelle improvisatietalent en zijn vermogen om zich overal in of uit te praten. Dat komt hem goed van pas, want bij gebrek aan planning en focus moet je veel brandjes blussen die je zelf onnodig hebt veroorzaakt.

Ondertussen lopen ze de kroeg in, waar een aantal kennissen en vrienden al aan het bier zitten en er heerst een vrolijke stemming.

Helaas, zijn favoriete vrienden en vriendinnen zijn er niet, dat maakt het toch minder uitbundig.

Al pratend wil de avond er ook maar niet gezelliger op worden. Alle gasten zijn wel aardig, maar een echt gesprek of een stevige discussie zit er niet in. Het is allemaal wat oppervlakkig. De meesten zitten in dezelfde situatie als hij. Geruime tijd van school af, geen werk, geen doel, wel feesten.

Er begint wat te knagen. Hij appt Floris, of hij toch niet even kan komen, lekker bieren en stoere verhalen vertellen.

Hij schrikt van de reactie van Floris.

“Roald, bieren kunnen we prima, maar mijn focus ligt nu op mijn werk en het bouwen aan mijn carrière. Af en toe bieren is leuk, maar het echte leven is voor mij niet meer in de kroeg. Misschien wordt het voor jou ook eens tijd om je op de toekomst te richten, dan worden de gesprekken ook weer wat interessanter. Gaat nu nergens meer over. “Get a life, get a job! Het zal je goed doen! Zie je misschien zaterdagavond.”

Roald schrikt en gelooft zijn ogen niet. Wat bedoelt hij daar nu mee? “Het gaat nergens meer over?” Als er iets is waar hij een hekel aan heeft, is het ruzie. Hij kiest altijd de zijde van de underdog als die hulp nodig heeft, of hij zal proberen de boel te sussen. Zijn verbale talent komt dan goed van pas. Dit bericht roept bij hem gevoelens van onrust en verlies op. Is de vriendschap dan niet meer wat het geweest is? Ontgroeien ze elkaar?

Nou, Floris zal wel chagrijnig zijn, niet teveel betekenis aan hechten.

Hem toch maar even bellen voor de zekerheid.

Dat gesprek was slechts kort en niet wat hij ervan verwachtte. Floris had geen tijd voor hem, want hij moest de volgende dag weer vroeg op. “De boodschap is toch wel duidelijk voor je?” waren zijn laatste woorden. Dat zat Roald niet lekker en zette een domper op een toch al niet zo geweldige avond.

Pas veel later die avond op weg naar huis, in de gebruikelijke roes, leest hij het bericht voor de derde keer.

“Get a life, get a job!”

Hoofdstuk 1. Het begin

De volgende morgen vroeg, het is pas 12 uur, wordt Roald wakker uit een onrustige en diepe slaap.

Nog maar even omdraaien dan. O, shit, hij had om 12 uur afgesproken om een klus te doen voor een klant van hem.

Hij heeft meerdere klanten waar hij allerlei klussen voor doet. Verhuizingen, de tuin, boodschappen doen, in het magazijn werken. Van alles wat. Zijn leukste klant is Erik Jan van Dennenburg, 45 jaar en directeur van een grote financieringsmaatschappij. Een rustige, zelfverzekerde en vriendelijke vent waar hij het goed mee kan vinden. Toen Roald, om tijdens zijn studie toch wat geld te verdienen, wat simpel tuinonderhoud deed op diverse adressen, viel hem op dat de naastgelegen tuin, vanwaar hij aan het werk was, er wat onverzorgd uitzag. Nadat het werk klaar was, besloot hij aan te bellen. De deur ging open en een energieke en vriendelijk ogende man deed open. De man was modern gekleed, erg lang en zijn indringende blik en wat afstandelijke houding gaven hem een indrukwekkend voorkomen, zonder dat het afschrikte. De man vroeg wat hij voor hem kon doen.

Roald stelde zichzelf netjes voor en vertelde dat hij bij de burens het tuinonderhoud deed en dat hem was opgevallen dat deze tuin ook gebaat zou zijn bij wat onderhoud.

‘En waarom zou ik dat door jou laten doen?’ was de vraag van de man.

Roald schakelde pijsnel en koos voor de directe aanpak. ‘Zou u graag willen dat uw tuin er weer netjes uitziet?’

De man schoot in de lach en antwoordde, ‘Ja, dat wil ik wel.’

‘Nou, aangezien ik hier bij uw burens toch aan het werk ben, ik zelfstandig kan werken en veel goedkoper ben dan een tuinman, ben ik dus de oplossing daarvoor.’

‘Je klinkt als een verkoper, maar het toeval wil dat ik onlangs geopereerd ben aan mijn rug, dus ik mag zelf even geen fysieke arbeid doen.’

‘Dat is vervelend voor u. Bijkomend voordeel in uw geval is dat ik allerlei klusjes kan doen, welke nu door u zelf niet meer gedaan kunnen worden.

Wanneer wilt u dat ik de tuin ga doen? Mijn uurtarief is twaalf euro en ik gebruik uw tuingereedschap.’

‘Kom dan maar even binnen, dan laat ik je de rest van de tuin even zien en waar het gereedschap staat.’

Zo begon een uiterst prettige relatie, die nu al 4 jaar duurde.

Roald appte Erik Jan dat hij onderweg is en iets verlaat. Het antwoord kwam meteen: “ik zit hier al een half uur te wachten, dus opschieten graag, de afspraak was om 12.00 uur en niet om 13.00 uur!”

Ja, dat kan hij verwachten van Erik Jan, vriendelijk maar wel erg gesteld op het stipt nakomen van afspraken.

Aangekomen bij het huis van Erik Jan, wordt Roald opgewacht in de keuken.

'Waarom kom jij je afspraak niet na, Roald?'

'Ja, sorry, het was laat geworden vannacht en ik heb onrustig geslapen.'

'Hoezo, onrustig geslapen, weer een nieuwe vlam?'

'Nee, voorlopig even niet. Ik heb wat ruzie met mijn beste vriend en ik begrijp niet waarom.'

Op uitnodiging van Erik Jan vertelde hij het hele verhaal, van het eerste appje tot aan het telefoongesprek wat uitgemond was in een nare ruzie. Floris vertelde hem dat hij vond dat Roald zijn beste jaren aan het verslapen en verdrinken was. Dat zijn levensstijl ervoor zorgde dat er nog maar weinig raakvlakken waren met hun beide levens. Roald had één en ander weggelachen en getracht het gesprek luchtig te eindigen, maar Floris had wederom opgehangen met de woorden, "get a life get a job!"

'Oké, ik snap het. Het raakt je kennelijk behoorlijk. In hoeverre vind je dat Floris gelijk heeft?'

'Floris zit anders in elkaar dan ik. Ik hoef niet zo nodig al een baan en elke dag op kantoor, dat zie ik niet zitten.'

'Hoe zie jij jouw toekomst dan voor je?'

'Ik heb nog geen beeld van mijn toekomst, ik zie wel wat er op mijn pad komt.'

'En tot die tijd ben je gelukkig met klusjes doen en verder niets?'

'Nou, gelukkig is een groot woord, maar ik kom er niet aan toe om de eerste stap te zetten.'

'En wat is daar de reden van?'

'Dat is altijd zo geweest. Ik kreeg dingen altijd aangeboden, het kwam me aanwaaien. Maar echt werk dat komt kennelijk niet vanzelf.'

'Dat is inderdaad meestal het geval. Daar moet je wat voor doen. En inderdaad zelf de eerste stap zetten.'

Er klopt echter iets niet helemaal in jouw statement dat je er nooit wat voor hebt hoeven doen.'

'Hoezo niet?'

'Weet je nog, nu vier jaar geleden, hoe jij hier bent binnengekomen?'

Wiens initiatief was dat? Wie zag de kans en wie had de daadkracht en het lef om er iets mee te doen?'

'Tja, nu je het zo zegt, dat is wel waar.'

'Betekent dat dus, dat de wil ontbreekt om deze talenten te gebruiken?'

'Nee, ik ben er wel aan toe om nu eens wat te gaan doen. Maar waar te beginnen?'

‘Waar ik mensen altijd op beoordeel, zijn vier elementen.

1. Kennis van zichzelf en inhoudelijke zaken, op welk niveau zitten ze en wat willen ze leren? Hebben ze een gezond zelfkritisch vermogen om van daaruit te willen leren?
2. Vaardigheden, hoe goed zijn ze in staat om contact te maken, een gunneffect te creëren en hoe goed zijn ze in het beïnvloeden, zijn ze authentiek?
3. Motivatie, hebben ze inzicht in hun eigen drijfveren en geeft ze dat de wil en kracht om het optimale te bereiken?
4. Daadkracht, doen ze iets met die motivatie, hebben ze initiatief, durven ze dingen te proberen, durven ze nieuwe zaken aan te pakken? Gaan ze aan de slag?

Je kunt dus beginnen jezelf op deze vier elementen te toetsen.

Daarna bepaal je bij welk soort bedrijf je wil werken.

In de retail, of business to business, het kleinbedrijf of MKB, familiebedrijf, multinational etc.

Tevens kan het helpen om je af te vragen, in welke markt wil je werken?

Industrieel, dienstverlening, winkelbedrijf, overheid en dergelijke.

En een andere belangrijke is natuurlijk, in wat soort functie? Administratief, commercieel, technisch, binnen of buitendienst?

Mocht je daaruit tot een keuze komen, dan ga je op zoek en probeer je helder te krijgen welke sfeer er in jouw ideale bedrijf moet heersen en welke normen en waarden er voor jou moeten zijn.

Als je deze keuzecriteria voor jezelf hebt bepaald, ga je op zoek naar vacatures. Dus aan jou de keus.’

Roald zat aandachtig te luisteren. Langzaam begon er zich een beeld te vormen hoe hij moest beginnen. Het verbaasde hem dat hij er zelfs zin in kreeg om er meteen mee aan de slag te gaan. Vanavond meteen aan beginnen! Maar eerst de tuin nog even doen.

Hoofdstuk 2. De zoektocht

Om negen uur komt Roald fris gedoucht en geschoren naar beneden voor het ontbijt.

Het afgelopen weekend was hij op pad gegaan om nette kleren te kopen voor het sollicitatiegesprek van vandaag. Het is zijn eerste, dus super spannend.

Hij denkt nog even terug aan het gesprek met Erik Jan van Dennenburg in de keuken.

Voor hem een ommekeer in zijn relaxte, maar behoorlijk zinloze bestaan. Daar is hij inmiddels wel achter gekomen.

Hij heeft diezelfde avond op zijn kamer, zichzelf eens goed kritisch bekeken en de vier elementen één voor één ingevuld.

Daar kwam hij niet eens zo slecht uit naar voren eigenlijk. De kennis en vaardigheden bezit hij wel, de motivatie is af en toe nog wel een dingetje en met de daadkracht zit het wel goed, als hij maar eenmaal weet wat er van hem verwacht wordt.

Uiteindelijk kwam hij uit op een commerciële functie met direct klantencontact, liefst in de binnendienst, in een middelgroot bedrijf, met een informele sfeer. Het zou mooi zijn als ze ook nog interne opleidingen bieden en een paar gezellige collega's van zijn leeftijd.

Hij heeft 2 uitnodigingen gekregen om te komen solliciteren en dat maakt hem lekker zelfverzekerd.

Vandaag heeft hij een afspraak bij een telemarketing bedrijf. De advertentie gaf een beeld van een jong bedrijf, waar elke vrijdagmiddag een borrel is, er kan worden getafeltenist en waar een ambitieuze sfeer heerst. Alleen geschikt voor topverkopers met een ijzeren wil om veel geld te verdienen!

Wat wil je nog meer? Echt iets voor hem.

Wel of geen stropdas? Toch maar doen voor de zekerheid. Beter overdressed dan underdressed, toch?

Nog even in de spiegel kijken: Strak blauw pak, wit overhemd en lichtblauwe das, met aan zijn voeten nieuwe blauwe suède schoenen met veters. Hij voelt zich hier goed bij en kan een stoere glimlach naar zijn spiegelbeeld niet onderdrukken. En nu haasten om de trein naar Haarlem te halen. Zal hij wel moeten opschieten, want hij is al bijna te laat, ziet hij tot zijn schrik. Net even te lang op Instagram filmpjes zitten kijken.

Net op tijd meldt hij zich bij de balie van het telemarketing bedrijf. Een vriendelijke dame vraagt of hij een afspraak heeft. 'Mijn naam is Roald van Uden en ik heb een sollicitatiegesprek met Marco Dolbeek.'

De receptioniste geeft door dat de afspraak er is en verzoekt Roald plaats te nemen.

Gezeten op een comfortabele bank, kijkt Roald nog even op zijn telefoon en beantwoordt wat appjes van zijn vrienden. Ondertussen komen er nog wat leuke filmpjes voorbij. Opeens blijkt er iemand voor hem te staan die vraagt of hij Roald is. Geschrokken staat Roald op en steekt zijn hand uit om zich voor te stellen. Tot zijn verbazing wordt de uitgestoken hand niet beantwoord, maar de man draait zich om en vraagt Roald hem te volgen.

Enigszins bedremmeld loopt hij achter de man aan naar een kantoor met ruim uitzicht over de stad. Onderweg naar het kantoor wordt er niet gesproken. Het kantoor is uiterst strak en modern ingericht. Een groot papierloos glazen bureau met een aantal beeldschermen staat prominent tegen de achterwand.

De man gaat achter het bureau zitten. Roald kijkt nogmaals om zich heen en ziet nog vijf computerschermen aan de andere muur hangen, waarop voortdurend groene en rode getallen in constant veranderende patronen verschijnen. Aan de zijwand hangt een groot abstract schilderij met drie kleurige strepen in een gouden lijst. De vloer is van glad gepolijst hout en glanst in het licht dat door de grote ramen naar binnen valt.

‘Mooi kantoor heeft u.’

‘Vind je dat echt?’, vraagt de man.

‘Euh ja, best wel gaaf.’

‘Gaaf...?’ De man kijkt hem doordringend aan.

‘Dus het woord “gaaf” vind jij wel passen bij deze inrichting?’

‘Ik bedoel, dat ik het een mooi kantoor vind, dat bedoel ik er mee.’

‘Nou, dat klinkt al beter.’

Dus jij komt hier om veel geld te verdienen?’

‘Nou als dat kan, dan is dat een prettige bijkomstigheid’, zegt Roald met een glimlach.

‘Bijkomstigheid? De belangrijkste reden waarom mensen hier komen werken is omdat ze hier heel veel geld kunnen verdienen. Kom jij ergens anders voor dan?’

‘Ik wil dit gesprek graag hebben om te kunnen bepalen, behalve het inkomen, welke mogelijkheden er zijn binnen uw bedrijf. Ik weet nog niet wat ik precies wil, dus ik ben benieuwd naar de mogelijkheden hier.’

‘Dus je komt hier solliciteren terwijl je niet weet wat je wilt en geld is maar een bijzaak?’

‘Het is niet onbelangrijk, maar wat ik ook belangrijk vind, is de sfeer in het bedrijf en de ontwikkelingsmogelijkheden.’

De man kijkt hem strak aan en zegt: ‘Tja, de sfeer, hoe zal ik die eens omschrijven? De kernwoorden hier zijn hard werken, closing the deal en de tomeloze wil om de beste te zijn van allemaal.’

De echt goede verkopers schoppen het tot teammanager en zelfs tot groepsleider, carrièremogelijkheden genoeg dus.'

'Oké, dat geeft een beeld.'

'Denk je dat je een top salesman kan worden hier? Wat breng je mee?'

'Ik denk het wel, als ik goed word ingewerkt en met een goede begeleiding kom ik een heel eind. Ik heb al eerder ervaring opgedaan, tijdens mijn studie, met het verkopen van energiecontracten aan de deur en dat ging me goed af, maar de organisatie stond me niet aan. Slechte planning en ze kwamen hun afspraken niet na, dus daar ben ik mee gestopt.'

Het gesprek loopt nog een tijdje door, maar echt vlot loopt het niet. De man lijkt niet erg geïnteresseerd in Roald en lijkt weinig bereid extra informatie te geven.

'Laten we afspreken dat ik je bel als we denken dat je hier een rol kan spelen. Als we je niet bellen dan gaat het niet door.'

Dat is kennelijk het signaal dat het gesprek is afgelopen en Roald besluit om daarin mee te gaan.

'Oké, dan wacht ik uw bericht wel af.'

Roald had het gevoel dat hij getest werd, maar kon even niet bedenken wat hij nu moest doen of zeggen. Daarom stond hij op om de kamer te verlaten. Hij besloot maar geen hand te geven en liep enigszins vertwijfeld de kamer uit.

Op weg naar huis liep hij het gesprek in gedachten nog eens na.

Wat ging er fout, hoe had hij het anders moeten aanpakken? Hij wist het niet, behalve dat hij sterke twijfels had of dit nou een bedrijf was waar hij elke dag met plezier naartoe zou gaan.

En toch... of hij nou wel of niet die baan wilde hebben, hij had toch graag gezien, dat ze hem die baan hadden aangeboden. Zelf nee zeggen kan altijd nog.

Hij besloot om deze ervaring te bespreken met Erik Jan, die zal wel weer met een goed advies komen.

Hoofdstuk 3. Eerste leerpunten van het verkopen

Erik Jan zat achter zijn bureau in zijn moderne werkkamer en begroette Roald met een big smile.

‘En, hoe is het gesprek verlopen?’

Roald vertelde hoe het was gegaan en dat hij er weinig vertrouwen in heeft dat ze hem zullen aannemen.

‘En... waarom denk je dat?’, vroeg Erik Jan.

‘Er waren weinig aanknopingspunten en ik heb natuurlijk geen ervaring met telemarketing. Daar waren ze al snel achter. Daarnaast reageerde hij nogal negatief op mijn opmerkingen.’ Roald deed zo goed als hij kon, verslag van het gesprek.

Na enige tijd in stilte het verslag te hebben aangehoord, vroeg Erik Jan: ‘Een sollicitatiegesprek is eigenlijk hetzelfde als een verkoopgesprek. Wat is het belangrijkste principe van verkopen volgens jou?’

‘Ik denk dat de ander overtuigd moet zijn over wat je te bieden hebt.’

‘Klopt ten dele! En hoe kom je er achter of dat zo is?’

‘Ik denk dat je moet vertellen wat je te bieden hebt.’

‘Ja, klopt ook ten dele. En hoe weet je dat, wat je te vertellen hebt, ook interessant is voor de ander?’

‘Dat hoor je vanzelf wel, denk ik?’

‘Handiger is het, om eerst maar eens te vragen, wát de ander interessant vindt!

Minimaal moet je het volgende weten, voordat je kunt bepalen wat je gaat vertellen en waar je de nadruk op legt.

1. Wat zijn de minimale eisen die ze stellen? Voldoe je daaraan niet, is dat dan een dealbreker?
2. Wat zijn de wensen? Hoe zou voor hun de ideale werknemer eruit moeten zien? Hier zit altijd ruimte in, maar het is goed om te weten.
3. Wat moet het hun opleveren? Oftewel, wat moet het voor hun doen, toevoegen, opbrengen? Dit worden ook wel koopmotieven genoemd. De onderliggende redenen om iets wel of niet te kopen, of te doen.

Betekent dus, dat je veel moet vragen om hiervan een beeld te krijgen. Als je denkt dat je een compleet beeld hebt, dan vat je dat samen en controleer je of je dat beeld goed hebt begrepen. Daarmee laat je zien dat je goed hebt geluisterd en dat je werkelijke interesse toont in je gesprekspartner en in het bedrijf. Dat is de basis van elk goed verkoopgesprek.

Mijn vraag aan jou is, hoeveel vragen heb je gesteld?’

‘Nou je het zegt, eigenlijk heb ik geen enkele relevante vraag gesteld!’

‘Begrijp je, dat je dan ook nooit zeker weet, wat je moet vertellen om interessant gevonden te worden?’