



## Ace! Management Partners

Training • Coaching • Consulting • Interim Management



Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam  
Zwolle • Utrecht • Arnhem • Amersfoort • Breda  
Eindhoven • Maastricht • Brussel • Antwerpen

Ace! E-book



## Inhoudsopgave

INHOUDSOPGAVE .....	1
4 KENMERKEN VAN EEN GOED (VERKOOP)GESPREK .....	4
1. KISS .....	4
2. VERMIJD JARGON .....	4
3. ILLUSTRER UW PRESENTATIE MET KORTE VERHALEN .....	4
4. KRACHTIGE AFSLUITING .....	4
6 PRINCIPES VAN AARDIG GEVONDEN WORDEN .....	5
PRINCIPE 1: WEES OPRECHT GEÏNTERESSEERD IN ANDERE MENSEN .....	5
PRINCIPE 2: (GLIM)LACH .....	5
PRINCIPE 3: ONTHOUD IEMANDS NAAM .....	5
PRINCIPE 4: LUISTER GOED EN MOEDIG MENSEN AAN OVER ZICHZELF TE VERTELLEN .....	5
PRINCIPE 5: SPREEK OVER DE INTERESSES VAN DE ANDER .....	5
PRINCIPE 6: GEEF DE ANDER HET GEVOEL DAT HIJ BELANGRIJK IS (EN MEEN HET OPRECHT) .....	5
AANTEKENINGEN MAKEN TIJDENS GESPREKKEN .....	6
DE ONUITGESPROKEN BOODSCHAP .....	6
DE 5 VOORDELEN VAN AANTEKENINGEN .....	6
TENSLOTTE .....	6
DE WAARHEID, EN NIETS DAN DE WAARHEID .....	7
DAGELIJKSE LEUGENTJES .....	7
LEUGENTJES OM BESTWIL .....	7
WAT KAN WEL EN WAT KAN NIET? .....	7
DE PATHOLOGISCHE LEUGENAAR .....	7
DISCUSSIE GEWONNEN, RESPECT VERLOREN .....	8
GEEF HEM VAN KATOEN! .....	8
DE ANGEL UIT HET GESPREK .....	8
DISCUSSIE GEWONNEN .....	8
HAAL EEN GESPREK UIT EEN IMPASSE .....	9
1. VERBORGEN SUGGESTIES .....	9
2. VRAAG: WEET U HOE DAT IN Z'N WERK GAAT? .....	9
3. VRAAG: HOE KAN IK UW PROBLEEM OPLOSSEN? .....	9
4. VRAAG: "WAT WILT U DAT IK VOOR U DOE?" .....	9
5. DE OORZAAK VAN HET PROBLEEM .....	9
6. VERTEL EEN VERHAAL .....	9
7. WEET U WAAROM? .....	9
LUISTEREN .....	10
SELECTIEF LUISTEREN .....	10
AANDACHTIG LUISTEREN .....	10
PROBEER HET GESPREK NIET TE OVERHEERSEN .....	10
STA NIET METEEN KLAAR MET UW OORDEEL .....	10
DOE NIET ALSOF U LUISTERT .....	10
LUISTER NAAR FEITEN EN IDEEËN .....	10
LET OP DE LICHAAMSTAAL .....	10
MENSEN DENKEN SNELLER DAN ZE SPREKEN .....	10
VERKOPEN MET MINDER INSPANNING .....	11
VERBORGEN BOODSCHAPPEN IN COMMUNICATIE .....	12
JA, MAAR .....	12
ECHT WAAR, EERLIJK GEZEGD .....	12
HET IS IN UW EIGEN BELANG (VOOR UW BESTWIL) .....	12
JA, IK WIL U NIET TEGENSPREKEN HOOR, MAAR .....	12
HET VERMIJDEN VAN STILTE .....	12
BEWUST EN ONDERBEWUST .....	12

WAT KLANTEN U NOOIT VERTELLEN EN U TOCH MOET WETEN .....	13
GOEDE BEDOELINGEN .....	13
UW LICHAAMSTAAL CORRIGEREN .....	13
ENKELE TIPS VOOR EVALUEREN .....	13
DISCLAIMER.....	14

## 4 kenmerken van een goed (verkoop)gesprek

In de verkoop draait het niet om goede gesprekken te voeren. Het draait uitsluitend om effectieve gesprekken, gesprekken die verkoopresultaten opleveren.

Twee verkopers komen elkaar aan het einde van een zware dag tegen op het kantoor. De ene verkoper zegt tegen de andere: "tjonge wat heb ik vandaag een hoop goede gesprekken gevoerd." Na een korte pauze antwoordt de andere: "tja, ik heb vandaag ook al niets verkocht!" Het grapje maakt duidelijk dat u aan "goede" gesprekken totaal niets heeft als deze niet leiden tot een verkoop. Wat is kenmerkend voor een goed verkoopgesprek? Wij verzamelden enkele nuttige tips.

### 1. KISS

KISS staat voor: "keep it short and simple". Vermoei uw klanten niet met lange verhalen over uw product of dienst. Veel verkopers praten graag over hun producten of diensten. Daarmee brengen zij allerlei irrelevante elementen in het gesprek. Hiermee lopen zij het risico dat de aandacht van de klant verslapt. Dat is geen goede basis om tot zaken te komen. Probeer altijd eerst uit te vinden wat de klant belangrijk vindt. Zodra u een goed beeld heeft van de wensen en behoeften van de klant spitst u vervolgens uw verkooppresentatie geheel toe op de elementen die de klant zojuist heeft aangedragen. Wees niet bang dat uw presentatie te kort duurt. Wij hebben het allemaal wel een keer moeten aanhoren: van de ellenlange verhalen die u tot in de tenen verveelden. Klanten zullen het u niet gauw kwalijk nemen als de presentatie korter duurde dan verwacht. Beperk u tot de hoofdzaken.

### 2. Vermijd jargon

Probeer uw klanten niet te overdonderen met vakjargon. Als uw klanten deze woorden niet kennen geeft u ze het gevoel dat ze dom zijn. Ze raken geïrriteerd en verward. Het is een zekere manier waarmee u de verkoop om zeep helpt!

### 3. Illustreer uw presentatie met korte verhalen

De afgelopen maanden ben ik druk bezig geweest meerdere groepen verkopers voor te bereiden op hun tentamen "Presenteren en demonstreren". Aanvankelijk bestonden de meeste presentaties uit dorre opsommingen van feiten. Niemand loopt warm voor dit soort verhalen. Laat uw verhaal tot leven komen met praktische voorbeelden. Stel u verkoopt een anti-inbraak alarmsysteem. Om de klant te overtuigen van het nut van het systeem gaat u dan doceren over de laatste inbraakstatistieken bij hem in de buurt of schetst u een beeld van wat er zou kunnen gebeuren als het huis van uw prospect wordt geplunderd door het dievengilde? Het laatste heeft natuurlijk veel meer impact. Als u wijst naar de fraaie antieke vaas en u hardop afvraagt hoe de klant het zou vinden als deze wordt meegenomen, slaat de prospect de schrik om het hart.

### 4. Krachtige afsluiting

Een goed opgebouwd gesprek begint met een krachtige inleiding. Even zo belangrijk is een goede afsluiting. Tenslotte blijven uw laatste woorden het langste hangen. Kijk eens naar de opbouw van een film of een toneelstuk. Goede films werken consequent richting de grote finale. Onlangs kwamen wij al zappend midden in een James Bond film terecht. Er waren wat explosies te zien op het beeldscherm. Ik vroeg aan mijn vrouw: "is het al afgelopen?" Ze antwoordde: "nee, dit is slechts een intermezzo richting de finale klap!" Toegegeven Bond-films zijn een beetje voorspelbaar, maar de grap is toch dat je telkens uitziet naar deze grote finale. Met diverse prikkels wordt het verlangen langzaam maar zeker opgebouwd. Vat uw gesprek kort en krachtig samen en bewaar een sterk argument tot het laatst. De kans van afsluiten is het grootst wanneer het verlangen naar uw product of dienst op haar hoogtepunt is. Als u zo te werk gaat in uw verkoopgesprekken zult u beslist meer verkopen!

## 6 principes van aardig gevonden worden

Waarom zou men u aardig moeten vinden? Voor verkopers is dat wel een pré, want veel klanten gunnen hun verkopers nog steeds orders. De volgende vraag is dan: hoe word ik aardig gevonden? Een antwoord!

"De ander in het brandpunt van de belangstelling"

Heeft u wel eens in de wachtkamer van de dokter gezeten? Dan bent u vast getuige geweest het volgende tafereel. Eén van de wachtenden vraagt aan een andere patiënt: "wat mankeert u?" De andere antwoordt: "ik heb al dagenlang barstende hoofdpijn". Vervolgens schakelt de vragensteller direct over op zijn eigen "ik-verhaal": "oh, vertel mij wat ik heb ook altijd zo'n last van hoofdpijn, blah, blah, blah..." En zo gaat het nog eventjes verder totdat de ander door de oproep van de dokter uit zijn lijden wordt verlost.

In feite was de vraag "wat mankeert u" alleen maar bedoeld om over het eigen leed te kunnen praten. Helaas gebeurt dit ook tussen verkopers en klanten. De verkoper stelt een vraag, de klant antwoordt en vervolgens ratelt de verkoper aan een stuk door over zijn product of dienst. Gelukkig kan het ook anders. Dale Carnegie stelde al in de jaren dertig de volgende universele principes op.

### Principe 1: Wees oprecht geïnteresseerd in andere mensen

Mensen stellen het op prijs als u oprecht belangstelling voor ze toont. Laat uw ego eventjes met rust en ga serieus in op wat de ander te vertellen heeft.

### Principe 2: (Glim)lach

Meestal lopen wij met een grote boog om mensen die nors kijken. Wij communiceren liever met vrolijke mensen. Een glimlach op uw gezicht toveren is niet moeilijk en het kost niets.

### Principe 3: Onthoud iemands naam

Wat doet u als u op straat plotseling uw naam hoort roepen? U kijkt om! Probeer altijd de naam van uw klanten te onthouden. Het is niet erg attent als u moet vragen: "hoe heet u ook al weer?" Laat tijdens het gesprek enkele keren de naam van uw gesprekspartner vallen. Overdrijf niet, want dat werkt averechts.

### Principe 4: luister goed en moedig mensen aan over zichzelf te vertellen

Wellicht het belangrijkste principe. Door goed te luisteren en mensen aan te moedigen over zichzelf te vertellen toont u belangstelling. De ander voelt zich gewaardeerd. Bijna niemand heeft tegenwoordig nog tijd om te luisteren. Als u het wel doet scoort u extra bonuspunten!

### Principe 5: spreek over de interesses van de ander

De interesses van de verkoper doen niet ter zake. Concentreer u op de klant en u ontdekt hoe u de klant kunt helpen bij het kopen.

### Principe 6: geef de ander het gevoel dat hij belangrijk is (en meen het oprecht)

Wie is de belangrijkste persoon in uw leven? Denk even rustig na! Dat bent u zelf! Daar is niets mis mee. Mensen vinden zichzelf belangrijk. Laat dit dus oprecht merken aan de ander: "jij bent belangrijk en dat is de enige reden waarom ik hier zit".

Verkopen is vaak een kwestie van gunnen, en gunnen doe je iets aan iemand die je aardig vindt.

## Aantekeningen maken tijdens gesprekken

Waarom zou u aantekeningen maken tijdens uw gesprekken met klanten? Vanwege een slecht geheugen, of zijn er nog andere redenen? U hoeft helemaal geen geheugen als een zeef te hebben om toch veel plezier te beleven van uw notities!

Het is belangrijk om u te herinneren wat u allemaal met de klant heeft besproken. U kunt daarna een betere follow up aan het gesprek geven. Een week later zijn we namelijk allerlei dingen alweer vergeten. Gelukkig hoeven deze notities helemaal niet zo gedetailleerd te zijn. U moet precies voldoende weten om het gesprek later weer naadloos te kunnen laten aansluiten op het eerdere gesprek. maar er zijn meer voordelen verbonden aan het maken van aantekeningen.

### De onuitgesproken boodschap

Met het maken van aantekeningen zendt u de boodschap naar de ander dat u het belangrijk vindt wat hij vertelt. Vraag wel altijd eerst om toestemming, dat geldt ook voor telefonische gesprekken. Vrijwel niemand zal dit weigeren. De simpele vraag: "Vindt u het goed dat ik notities maak?" is al voldoende. Dat is zeker belangrijk als u achter uw computer zit, de andere kant van de lijn hoort de aanslagen op de toetsen. Als u de vraag vergeet te stellen, zou deze persoon kunnen denken dat u met andere dingen bezig bent!

### De 5 voordelen van aantekeningen

- U gaat zich beter concentreren op wat de ander vertelt. Het is vrijwel onmogelijk om tegelijkertijd te luisteren, aantekeningen te maken en ook nog eens na te denken over een spitsvondig antwoord.
- De andere persoon weet dat u oplet en luistert naar wat hij vertelt.
- Met uw aantekeningen in de hand bent u tijdens het volgende gesprek beter in staat een samenvatting te maken van het eerdere gesprek.
- Als u de aantekeningen op schrift heeft gesteld zal de andere partij minder snel geneigd zijn om van mening te veranderen! Door deze aantekeningen kort samen te vatten zendt u een duidelijk signaal naar de ander. Omdat mensen zich graag consequent gedragen, zal de neiging om onder de eerder gemaakte afspraken vandaan te komen worden onderdrukt.
- Terwijl de ander weet dat u aantekeningen maakt, zal deze eerlijker zijn met zijn uitspraken en antwoorden. Tenslotte staat het zwart op wit. En later is het minder makkelijk om een uitspraak een beetje de andere kant op te buigen.

### Tenslotte

Aantekeningen zijn meer dan uitsluitend een geheugensteuntje. Het dwingt uw gesprekspartner tot grotere integriteit en de kans dat men zich aan de gemaakte afspraken houdt neemt aanzienlijk toe.

## De waarheid, en niets dan de waarheid

Mensen liegen wat af. Gelukkig zijn het meestal geen erge leugens. Waarom liegen we eigenlijk zoveel? En wanneer overschrijden we de grenzen? De voors en tegens van liegen.

### Dagelijkse leugentjes

Heeft u er wel eens bij stil gestaan hoeveel "onschuldige leugentjes" mensen maken? Wie precies op het idee gekomen is weten wij niet maar een tijdje geleden lasen wij over de resultaten van een universitair onderzoek\*. Hoeveel leugentjes om bestwil maakt de gemiddelde medemens? Denkt u even goed na! Volgens het onderzoek maken mensen gemiddeld tweehonderd van die kleine leugentjes per dag.

### Leugentjes om bestwil

Dat is niet mis. Wij moeten hierbij bedenken dat het om kleine, sociaal aanvaarde, leugentjes gaat. Maar ook deze kleine leugentjes brengen ons soms in precare situaties. Ik herinner mij nog als de dag van gisteren een beschamend voorval. Jaren geleden werkte ik bij een bank aan de balie. Ik was de enige man in een groep van tien mensen. Op een dag kwam een collega binnen in een bijzonder aparte outfit. Uiteraard werd mij gevraagd wat ik er van vond. Ik trok mijn gezicht in de plooi en zei haar: "dat ziet er mooi uit!" Als ik zo verstandig was geweest mijn mond te houden was het hierbij gebleven. Nee, hoor, ik kon het niet laten. Een uurtje later was ik samen met een andere collega geld aan het tellen. Het gesprek kwam op de bijzondere kleding van mijn collega. "Wat vind jij er van", vroeg ze op onschuldige toon. U voelt het al aan, ik kletste mijn mond voorbij en deelde haar, in goed vertrouwen, mee dat ik het maar niks vond. Niet lang daarna werd mij pijnlijk duidelijk dat ik mijn grote mond had moeten houden. De collega ging huilend naar huis om zich om te kleden en het duurde een week voordat wij weer een beetje "on speaking terms" waren.

Zo ziet u maar weer dat een mens zich met onschuldige leugentjes behoorlijk in de nesten kan werken. Toch kunnen wij er soms niet om heen. Stel er komt iemand uw kantoor binnenlopen en u denkt, "oh jee, heb je hem ook weer". Toch zegt u meestal: "leuk je te ontmoeten!" Het hoort er soms bij. Want de andere mogelijkheid: "vervelend dat je langs komt, jij bent de laatste die ik vandaag wil zien!" Is wellicht eerlijker, maar niet erg productief voor het in stand houden van goede relaties. Kleine leugentjes om bestwil zijn sociaal min of meer geaccepteerd.

### Wat kan wel en wat kan niet?

De zaak komt echter anders te liggen wanneer u pertinente onwaarheden gaat verkondigen. Jaren geleden vertelde een collega tijdens een salesmeeting dat hij zijn klanten vertelde dat onze maatschappij een garantie gaf op de spaarplannen. U weet wel van die plannen, waar tegenwoordig altijd bij staat: "rendementen behaald in het verleden zijn geen garantie voor de toekomst" (of andere woorden van gelijke strekking). Het kwam hem op een flinke uitbrander van onze verkoopleider te staan. Dergelijke leugens zijn niet acceptabel. Als de klant het niet door heeft is er vast wel een concurrent die er een fikse streep doorheen haalt. Vervolgens is het gedaan met uw geloofwaardigheid en de opgebouwde relatie. Claim dus nooit iets wat u met uw product of dienst niet voor de volle honderd procent kunt waarmaken. Tegenwoordig kan het u naast een verpeste relatie met een klant ook nog eens een proces opleveren. Als de klant kan aantonen dat hij door u is misleid heeft hij het recht de koop te laten ontbinden.

### De pathologische leugenaar

Ik ben ze gelukkig niet zo vaak tegengekomen, maar ooit kreeg ik eens te maken met een rasechte leugenaar. Deze meneer dacht kennelijk dat hij met zijn praatjes indruk kon maken op anderen. Naast zijn opgeklopte verhalen stak hij zichzelf ook nog eens in hele dure pakken. Hij zag er werkelijk tiptop verzorgd uit. In eerste instantie maakte hij een uitstekende indruk op anderen. Met deze show wist hij menig zakenman te paaien. Maar als eenmaal bleek dat zijn beweringen geen stand hielden was Leiden in last. Het werd allemaal heel vervelend. Inmiddels wil niemand nog zaken met hem doen. Een van de redenen waardoor hij altijd door de mand viel was dat zijn geheugen geen gelijke tred hield met zijn fraaie kletspraatjes. Mensen merkten al snel dat er iets mis was.

Kortom: spreek altijd de waarheid! Een klein leugentje voor bestwil is geaccepteerd, maar ga nooit verder. Want al is de leugen nog zo snel, de waarheid achterhaalt hem wel!

## Discussie gewonnen, respect verloren

Eigenlijk weten wij het allemaal wel: een discussie aangaan met een klant is niet verstandig. Zelfs als de klant de discussie wint. Hoe voorkomt u onnodige discussies?

### Geef hem van katoen!

In zijn boek "How to win friends and influence people" vertelt Dale Carnegie over een verkoper die een van zijn lessen bijwoonde. Deze verkoper, Patrick J. O'Haire, was vroeger een gewone chauffeur op een vrachtwagen. Zoals zo vaak gebeurt rolde hij op een zekere dag in het verkoopvak. Het zal u niet verbazen dat hij trucks ging verkopen. Helaas was hij niet erg succesvol, zo bleek al spoedig. Dale merkte op dat Patrick om de minste of geringste reden een discussie aanging met de andere leden in de groep. Al snel heerste er een vijandige sfeer. Na enig doorvragen bleek dat hij dit gedrag ook vertoonde bij zijn klanten. Als een klant een geringschattende opmerking over zijn trucks maakte, gaf hij hem flink van katoen. Vaak liep hij het kantoor van de klant uit met de gedachte: "die heb ik eens stevig de oren gewassen. Hij weet nu het een en ander over trucks!" Toegegeven de klant had iets te horen gekregen, maar niets gekocht. Dale vertelt dat het hem nogal wat moeite kostte om tot deze man door te dringen. Zijn inspanningen werden uiteindelijk beloond want Patrick werd de beste verkoper van zijn bedrijf. Hoe ging dat in zijn werk? Patrick vertelt het verhaal zelf:

### De angel uit het gesprek

Als ik nu bij een klant naar binnen loop en die zegt: "een witte truck?? Over mijn lijk, al kreeg ik hem gratis, dan zou ik hem nog niet willen hebben!!! Ik koop wel bij bedrijf zus of zo". Dan zeg ik op rustige toon: "bedrijf zus of zo verkoopt uitstekende trucks. Als u er een bij hun aanschaft zult u daar geen risico mee lopen. Bedrijf zus en zo verkoopt een goed product en ze hebben prima personeel in dienst. Daarna hou ik mijn mond". De klant is sprakeloos en ik heb hem elke mogelijkheid ontnomen om verder met me te argumenteren. Tenslotte kan hij niet een uur lang doorgaan met te vertellen dat de concurrent zo goed is, als ik het met hem eens ben. Meestal duurt het niet lang voordat de klant het onderwerp laat rusten en ik de kans krijg om over mijn eigen trucks te spreken.

### Discussie gewonnen...

U kunt nooit een discussie van een klant winnen. Want als u verliest, dan heeft u gewoon verloren en als u wint heeft u gewonnen. Tot zover klinkt logisch nietwaar? Maar als u wint verliest u toch omdat de ander gezichtsverlies lijdt. Het is bijzonder lastig zaken doen met mensen die net een nederlaag hebben geleden. U voelt zich lekker omdat u heeft gewonnen. Maar hoe zit het bij de ander? Die voelt zich inferieur en is in zijn trots aangetast. Hij heeft er de pest over in en....

"A man convinced against his will, is of the same opinion still" (Iemand die overtuigd is tegen zijn wil, heeft nog steeds dezelfde mening).

Maar er is nog iets. Stel u verliest. Dan voelt die ander zich lekker, en dat is toch juist goed, nietwaar? Dat was de stelling van de verkoper uit mijn inleiding. Niet waar dus! Enerzijds zal de klant het wel prettig vinden te winnen, maar tegelijkertijd heeft u het respect van de klant verloren. En dat is het ergste wat een verkoper kan overkomen.



## Haal een gesprek uit een impasse

Het overkomt ons allemaal wel eens, u zit niet op dezelfde golflengte met uw klant. Het lijkt er op dat de klant u niet begrijpt. Hoe herstelt u de situatie? Wij hebben 7 tips voor u verzameld.

### 1. Verborgene suggesties

Weet u waar mij dit aan doet denken? Ik maakte ooit een soortgelijke situatie mee en dat hebben wij tot op die manier opgelost. Zal ik dat op dezelfde manier voor u regelen?

### 2. Vraag: weet u hoe dat in z'n werk gaat?

Maak gebruik van analogieën. De analogie is een prachtige manier om iets te formuleren. Als u tegen een onverwacht probleem oploopt maakt u een vergelijking. Dat doe ik regelmatig tijdens mijn trainingen. Niet lang geleden stond ik tegenover een groep die het maar niet kon snappen dat mensen niet altijd dezelfde wensen en behoeften hebben. Plotseling vroeg ik ze: "Wie houdt er hier van spruitjes?" Eerst keken ze een beetje schaapachtig, maar toen een aantal mensen zeiden dat ze spruitjes haatten en weer enkele anderen vertelden dat ze spruitjes lekker vonden, drong het algemene idee tot ze door.

### 3. Vraag: hoe kan ik uw probleem oplossen?

Het toverwoord in deze zin is "uw". Het gaat in dit geval niet over algemene problemen, maar over het specifieke probleem van de klant. Hierdoor raakt de klant weer betrokken bij wat u hem te vertellen heeft.

### 4. Vraag: "Wat wilt u dat ik voor u doe?"

U weet wat uw klant wil: een oplossing voor zijn problemen. Met het stellen van deze vraag dwingt u de klant onder woorden te brengen wat hij van u wil hebben. Hierdoor bent u in staat hem te vertellen wat u voor hem kunt betekenen en uiteraard wat u niet kunt doen.

### 5. De oorzaak van het probleem

Vraag aan de klant: "Waarom denkt u dat het probleem juist daardoor (reden) wordt veroorzaakt?" Als u iemand een "waarom vraag" stelt, krijgt u gegarandeerd een snelle reactie. Waarom? Omdat de klant het antwoord al weet. Als u vervolgens weer reageert met "waarom" dan heeft de klant daarop meestal geen antwoord. Vervolgens kunt u aan de oplossing werken. Dit is de strategie die kinderen toepassen op hun ouders. Het werkt voor hen, waarom zou het dan niet voor u werken?

### 6. Vertel een verhaal

"Vorige week hadden wij een klant met precies hetzelfde probleem. Ze zat er behoorlijk mee in haar maag, net zo als u meneer / mevrouw .... Wij hebben dat toen als volgt opgelost... Zal ik voor u hetzelfde doen?" Als u een verhaal vertelt moet u dit op de een of andere manier verbinden met de klant die voor u staat. Dat kan bijvoorbeeld door de naam van de klant te noemen.

### 7. Weet u waarom?

Als iemand uitleg krijgt heeft hij vaak veel meer geduld. Zorg er dan wel voor dat u er een positieve draai aan geeft. Vertel niet waarom u niet tijdig heeft gereageerd. Maar vertel wel dat het heel erg druk is en dat u daardoor enige moeite heeft met het nakomen van uw beloftes. Mensen hebben veel meer geduld als ze weten waarom ze geduldig moeten zijn!

## Luisteren

Voor het aanscherpen van uw luistervaardigheden is een hoop oefening en geduld nodig. Wij verzamelden voor u een aantal suggesties waardoor u goed leert luisteren.

### Selectief luisteren

Een muzikant liep met een vriend over straat. Het was erg druk. Auto's reden af en aan, de bellen van de tram rinkelden en mensen schreeuwden naar elkaar. Temidden van deze kakofonie zei de muzikant plotseling tegen zijn vriend: "hoor je die melodie?" Verbaast vroeg zijn vriend: "Hoe was jij in staat dit zachte geluid te horen?" De muzikant greep naar zijn portemonnee en pakte een rijksdaalder. Zonder wat te zeggen gooide hij het muntstuk in de lucht. Toen het de rijksdaalder op het trottoir viel keken de mensen om hen heen op. De muzikant vertelde: "wij horen waar wij naar luisteren".

### Aandachtig luisteren

Dagelijks missen wij belangrijke informatie omdat wij met onvoldoende aandacht luisteren. Daarnaast begrijpen wij dingen vaak verkeerd door onze eigen vooroordelen. Mensen bekijken de dingen door hun eigen raamwerk. Soms is de wens de vader van de gedachte. Wij worden betere luisteraars als wij in staat zijn objectief te luisteren.

### Probeer het gesprek niet te overheersen

Er zitten een paar mensen in de wachtkamer van een dokter. De ene persoon vraagt aan de andere waarom hij er zit. Hij begint te vertellen over zijn eigen kwaaltje. Maar voordat hij er erg in heeft neemt de ander bezit van het gesprek. Dat begint dan meestal met de woorden: "Ja, dat heb ik ook meegemaakt." Vervolgens gaat hij eindeloos uitweiden over zijn eigen misère. Herkenbaar? Luister aandachtig naar wat de ander te vertellen heeft. Laat hem rustig uitpraten en onderbreek de spreker niet. Stel vragen ter verduidelijking. Geef uw gesprekspartner voldoende ruimte zijn of haar verhaal af te maken. De eerste inleidende woorden van een spreker zijn vaak niet voldoende om zijn bedoelingen te achterhalen. Daar is meer voor nodig.

### Sta niet meteen klaar met uw oordeel

Ooit werd ik eens gebeld door een klant die ik nog niet kende. Deze mevrouw belde mij over een betalingsprobleem. Ze sprak onsamenvattend en met horten en stoten. Het leek wel of ze dronken was. Gelukkig liet ik haar uitpraten en maakte een afspraak. Toen ik bij haar kwam bleek ze een spraakgebrek te hebben. Mensen staan snel met hun oordeel klaar. Oordelen zijn grote obstakels voor beter luisteren. Luister onbevengd en oordeel pas nadat u alles heeft gehoord.

### Doe niet alsof u luistert

Goede luisteraars blijven alert en onderhouden altijd oogcontact met de spreker. Doen alsof u luistert, is meestal direct merkbaar. Uw verraadt uzelf met uw lichaamstaal. Laat de spreker merken dat u luistert. Dat is een heel subtiel proces. Mensen knikken instemmend met hun hoofd, fronsen hun wenkbrauwen, gooien er kleine woordjes of zinnestukjes tussen door zoals: ja, nee, uh, oh, ik begrijp het et cetera. Stel vragen en luister aandachtig.

### Luister naar feiten en ideeën

Veel mensen brengen hun gedachten al sprekend onder woorden. Hierdoor zijn ze soms moeilijk te volgen. Probeer feiten aaneen te smeden tot een logische volgorde. Vat wat u heeft gehoord kort samen in uw eigen woorden en vraag of u het goed heeft begrepen. Geef tijdens een gesprek regelmatig feedback. Als u dat niet doet, of er te lang mee wacht, loopt u het risico dat de kloof tussen u en uw gesprekspartner onoverbrugbaar wordt.

### Let op de lichaamstaal

De manier hoe iets wordt gezegd, is vaak veel belangrijker dan de feitelijke inhoud. Ieder vogeltje zingt zoals het gebekt is. Probeer daarom de gevoelens en de motieven van uw gesprekspartner te achterhalen. Dat is een bijzonder complexe bezigheid en vereist uw volledige aandacht.

### Mensen denken sneller dan ze spreken

Mensen denken 3 tot 4 keer sneller dan ze spreken. U houdt dus nogal wat tijd over. U loopt dus het risico dat u afdwaalt en tenslotte alleen nog maar bezig bent met uw eigen gedachten. Gebruik de extra tijd om alles op u in te laten werken. Denk erover na wat wordt verteld en probeer de hoofdpunten uit het betoog op te slaan in uw geheugen.

**Verkopen met minder inspanning**

Topverkopers verstaan als geen ander de kunst van het luisteren. Door goed te luisteren wordt de klant opgewaardeerd. U achterhaalt zijn wensen en behoeften en leert de gevoelens en motieven kennen. Allemaal zaken die u goed van pas komen als u zelf aan de beurt bent!

## Verborgen boodschappen in communicatie

Mensen bedienen zich van allerlei "verborgen boodschappen" in hun communicatie met anderen. Wat is daarvan de betekenis en hoe voorkomt u ongewenste signalen af te geven?

In onze communicatie met anderen maken wij vaak gebruik van verborgen boodschappen. Het is een soort tweede natuur, of een ingesleten gewoonte. Vaak zeggen wij iets zonder er zelf erg in te hebben. Voordat we het weten bevinden wij ons op een glibberig pad vol met voetangels en klemmen. In dit artikel gaan wij in op enkele veel voorkomende zegswijzen en hun betekenis.

### Ja, maar...

Iemand vertelt u iets aardigs en gaat verder met "maar" of "ja, maar". Als u dit hoort doet alles wat voor de "maar" kwam er niet zoveel meer toe. U spitst uw oren en hoort alleen nog maar wat er na de "maar" wordt gezegd. Door het woordje "maar" bent u op uw hoede, u verwacht iets vervelends te horen.

Bijvoorbeeld: "Ik vind je een aardige meid, maar ...."

Er zit een tegenspraak in wat de ander u vertelt. Deze tegenspraak wordt verraden door het magische woord "maar". Waarom zegt de spreker eigenlijk eerst dat hij u wel aardig vindt? Is dit omdat hij bang is u te kwetsen? Of wil hij het leed op voorhand al verzachten? Ondanks alle goede bedoelingen voelt u zich er niet lekker onder. Pas dus altijd op met het woordje "maar". Helaas zit het er stevig bij ons ingebakken. Het zal niet meevallen het woord te vervangen door "en".

### Echt waar, eerlijk gezegd

Waarom benadrukken sommige mensen wat ze beweren met de woorden "echt waar", "eerlijk gezegd" of "ik zweer..", was alles wat ze daarvoor vertelden dan niet waar? Of worden ze nu, eindelijk, een keertje eerlijk? In feite haalt de spreker hiermee een deel van zijn verhaal onderuit. Voor veel mensen zijn dit louter stopwoordjes. Ga er eens op letten hoe vaak u deze woorden gebruikt. Als u ze uit uw taalgebruik weet te bannen komt u een stuk geloofwaardiger over.

### Het is in uw eigen belang (voor uw bestwil)

Heeft u dit wel eens gehoord? Ik doe het alleen maar omdat het goed is voor u. Wat een opofferingsgezindheid! Of heeft degene die dit zegt een verborgen agenda? Neem er eventjes rustig de tijd voor om te ontdekken wat de ander precies voor ogen heeft. Stel vragen en probeer er achter te komen wat de werkelijke bedoelingen van de spreker zijn. Anderzijds: gebruik dit soort zinnnetjes dus niet als u iemand van uw standpunt probeert te overtuigen. De ander is extra op zijn hoede en de kans is groot dat uw poging mislukt.

### Ja, ik wil u niet tegenspreken hoor, maar...

Een andere veel gehoorde uitspraak van dezelfde soort is: "Ik wil me er niet mee bemoeien hoor.." Zelf werd ik onlangs met mijn neus op de feiten gedrukt. Ik was op stap met een artsbezoeker. Ze introduceerde mij bij deze arts. Wij zeiden elkaar goedendag en, oh waarom, ik voegde er aan toe "verder zal ik niets zeggen". Hij reageerde direct met "dat is dan al de eerste keer dat u iets zegt". Ik gaf hierop lachend een reactie en hij zei scherp: "en dit is de tweede keer!" Het zal u niet verbazen dat ik de rest van het gesprek mijn kaken stijf op elkaar hield.

In dit soort gevallen zeggen mensen eigenlijk "ik wil het niet, maar doe het toch!" Hoewel deze zinnnetjes ingeburgerd zijn adviseren wij u om er mee op te passen. Een aandachtige toehoorder heeft de tegenspraak snel in de gaten en is dus extra alert op hetgeen u gaat zeggen.

### Het vermijden van stilte

Enige tijd geleden hoorde ik over een onderzoek naar stille plekken in ons land. Nou, die zijn er niet meer! Wij worden constant geconfronteerd met lawaai. Zelf woon ik op enkele kilometers afstand van Schiphol. Als er mensen bij ons op bezoek komen zeggen ze tegen ons: "horen jullie die vliegtuigen zelf niet?" Meestal vraag ik dan hoe bedoel je? Dat is oprecht (oeps) want ik heb het echt niet (tweede keer oeps) in de gaten en vind het soms wel leuk. Bij mooi weer met een oosten wind zit ik soms vol ontzag op mijn balkon te luisteren naar de machtige herrie van de startende vliegtuigen.

Blijkbaar heeft de moderne mens moeite met stiltes. Daarom doen wij er alles aan om stiltes te vermijden omdat wij dit lastig en ongemakkelijk vinden. Het laten vallen van stiltes is een krachtig wapen in het arsenaal van de verkoper.

### Bewust en onderbewust

Veel van dit soort uitspraken zijn terug te voeren op het gevecht dat ons bewuste zelf voert met ons onbewuste zelf. Onbewust denkt u iets en u wilt het eigenlijk niet zeggen en nog voordat u er erg in heeft zijn de woorden uit uw mond ontsnapt. Dat doet mij weer denken aan het aloude gezegde: "spreken is zilver en zwijgen is goud!" En dat geldt ook (of juist?!) voor verkopers.

## Wat klanten u nooit vertellen en u toch moet weten

Hoe weet u of uw houding en lichaamstaal goed overkomen bij de ander? Het is een zwart gat, want klanten vertellen het niet. Wat kunt u er dan toch aan doen om ongewenste uitingen te corrigeren? Wij doen een voorzet.

We zitten midden in een trainings sessie en oefenen verkoopgesprekken. Een leerling neemt tegenover ons zijn positie in. Hij schuift de stoel iets naar achteren en slaat zijn ene been over het andere, zijn linkerenkel steunt op zijn rechterknie en de zool van zijn schoen is duidelijk zichtbaar. Tijdens het gesprek wringt hij zijn lichaam meerdere keren in merkwaardige bochten. Uiteindelijk beland zijn elleboog op de stoelleuning en rust zijn kin op de palm van zijn hand. Het gesprek wil niet erg lukken en na tien minuten, als het rollenspel voorbij is, gaat de verkoper opgelucht terug naar zijn plaats. Ik maak een opmerking over zijn lichaamshouding. Hij knikt instemmend en belooft beterschap. Niet lang daarna doet een andere kandidaat precies hetzelfde. Tijdens de evaluatie van dit gesprek, plaats ik opnieuw een opmerking over zijn lichaamstaal. Ook deze verkoper zal zijn leven beteren. De volgende kandidaat meldt zich. Hij gooit het ene been over het andere en gaat achterover in zijn stoel hangen. Wederom verloopt het gesprek stroef.

## Goede bedoelingen

Gek eigenlijk dat deze verkopers, die vol goede bedoelingen zitten en graag iets willen leren, niets doen met de opmerkingen over de invloed van hun lichaamstaal op het gedrag van anderen. Blijkbaar is het een ingesleten gewoonte waarvan ze zelf niet weten dat ze het ook doen. De opmerking is aan iemand anders geadresseerd, dus pakken ze het zelf niet op. Daarvoor zijn trainingen en coachings sessies nou juist zo nuttig, want ik moet de eerste klant nog tegenkomen die zegt:

"Meneer de verkoper, nu moet u eens goed naar mij luisteren, ik geloof dat dit gesprek geen enkele zin heeft want u toont totaal geen respect voor mij, de groeten!!"

Klanten zeggen het niet, maar ze denken het wel! Vervolgens luisteren ze plichtmatig naar het verhaal van de verkoper en zodra ze de kans krijgen het gesprek op een nette manier af te kappen, is het gebeurd met de koopman. Exit, wegwezen jij!

## Uw lichaamstaal corrigeren

Onze eigen lichaamstaal gaat, tenzij iemand een opmerking maakt of ons gedrag op de video wordt opgenomen, vrijwel ongemerkt aan ons voorbij. De vraag is dan natuurlijk wat we kunnen ondernemen om onze ongewenste uitingen af te leren. Uiteraard kunt u onze trainingen bezoeken. Maar er is ook nog een andere manier. Ga eens samen met enkele collega's verkoopgesprekken oefenen. Spreek van te voren af op welke aspecten u gaat letten. Bijvoorbeeld lichaamstaal, houding of de verborgen boodschappen in uw taalgebruik. Concentreer u uitsluitend op één aspect tegelijk en evalueer elkaars prestaties. Doe dit regelmatig, bijvoorbeeld eenmaal in de veertien dagen, en u leert gegarandeerd heel veel van elkaar. Want de meeste verkopers weten best hoe het moet, ze hebben er alleen geen erg in! Het moet een keer gezegd worden.

## Enkele tips voor evalueren

Het is belangrijk dat u samen in een vertrouwde omgeving en in een open sfeer met elkaar oefent. Wees voorzichtig met het leveren van kritiek! Werk volgens onderstaande regels:

- Ga eerst na op welk gedrag van de ander u kritiek heeft.
- Begin met iets positiefs te zeggen en gebruik daar meerdere zinnen voor.
- Dus niet al direct na de eerste positieve opmerking met iets negatiefs komen (... maar ...) want dan hoort de ander niet meer wat u zegt.
- Wees specifiek!
- Zorg dat de kritiek gaat over iets dat de ander kan veranderen.
- Gebruik woorden als "ik" en "wij"; spreek niet namens anderen.
- Concentreer u op het gedrag van de ander en de resultaten die dat gedrag heeft.
- Vermijd woorden als "altijd" en "nooit"; dat is meestal niet het geval en u suggereert ermee dat u denkt dat de ander niet kan veranderen.
- Houd uw ogen en oren open: snapt u waar de ander het over heeft?
- Wees rustig, zakelijk, direct en draai er niet om heen.
- Geef niet alleen kritiek, maar ook suggesties.
- Laat merken dat u de gevoelens van de ander begrijpt.

## Disclaimer

Tenzij anders vermeld berust het copyright van de artikelen en de e-books bij de uitgever Ace! Management Partners. Niets van deze informatie mag worden vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd bestand of openbaar gemaakt, op welke wijze en in welke vorm dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en de auteurs.

De gebruiker mag de informatie op het scherm bekijken en afdrucken voor persoonlijk gebruik. Hoewel de inhoud met de grootste zorgvuldigheid is samengesteld, zijn de auteur en de uitgever niet aansprakelijk voor fouten en of schade die uit het gebruik of de (gedeeltelijke) toepassing van de informatie, direct of indirect, het gevolg zou kunnen zijn. De artikelen, crash courses en managementmodellen zijn niet bedoeld als een advies. Ace! Management Partners kan immers niet beoordelen of toepassing van de informatie in uw organisatie en in uw specifieke situatie, verstandig is.

De informatie kan op elk moment zonder voorafgaande aankondiging gewijzigd worden.