

Is mijn prijs wel goed?

Je bent een offerte aan het maken. De tekst staat al op papier. Je weet precies wat je moet doen om je klant te helpen met het oplossen van het probleem! Tijd om er een prijskaartje aan te hangen. "Joehoe...." het is tijd om er een prijskaartje aan te hangen..... Ja écht het is nu tijd om te vertellen wat dit waard is.

Spookt er iets door je hoofd als; "Is het niet te veel wat ik wil vragen?" "Stel dat iemand anders het voor veel minder aanbiedt?" "Ik denk dat ze dit geld niet hebben"

STOP! Gewoon STOP!

Stel jezelf de vraag wat dit waard is en verwerk dat antwoord in je aanbieding. Tuurlijk loop je het risico dat je klant nee zegt op je aanbod. Als dit gebeurt en je vraagt waarom ze nee hebben gezegd dan geeft een klant je regelmatig het antwoord dat je prijs te hoog was. Dat doet je klant omdat dit een makkelijk antwoord is, waarmee het gesprek snel is afgelopen. Iedereen snapt namelijk het verschil tussen €100 en €1000. Dus als de klant je vertelt dat de prijs te hoog is, stel jij nog maximaal 1 vraag: "Wat was het verschil?" Na het geven van dat antwoord kan de klant opgelucht ophangen - hij is er vanaf. Het resultaat voor jou is dat jij de volgende keer alleen nog maar harder twijfelt over je prijsaanbieding.

Jou aanbieding vertegenwoordigt een bedrag omdat het een bepaalde waarde heeft. Tuurlijk snap ik dat je agenda leeg blijft als je klant telkens nee zegt op je aanbieding. Maar de reden dat je te duur bent is vaak NIET de echte reden. En dat is waar de oplossing van dit dilemma ligt. Zoek de echte reden! Hieronder lees je er alvast 3:

- Heb je je aanbieding gedaan bij een klant die écht binnen je doelgroep valt? Met andere woorden; Heb je geprobeerd om een sjaal te verkopen aan iemand die midden op de evenaar woont? Als ik het zo omschrijf dan snap je dat dit zinloos is, hij heeft het namelijk helemaal niet nodig. Zorg ervoor dat je een aanbieding doet bij de juiste doelgroep. In dit geval verkas met het verkopen van je sjaals naar Lapland. Wellicht kan je ze daar voor nog meer geld verkopen dan dat je nu al doet.
- Je hebt je aanbieding gedaan, maar is deze wel helder? Als je puzzels verkoopt is het logisch dat mensen aan de slag gaan om de oplossing te vinden. Maar als je klant moet gaan puzzelen op een offerte dan is de kans groot dat je nee krijgt. Zorg dat je aanbieding helder is en de ander precies weet wat hij krijgt. Stel dat de aanbieder van je concurrent heel helder is en die van jou heeft een paar open eindjes. Dan kiest de klant voor de aanbieder die hij snapt. Zelfs als deze nét iets meer kost.
- Je hebt een aanbieding gedaan, maar er klinkt wat twijfel door. Je hebt bijvoorbeeld 2 oplossingen aangeboden. Er zijn mensen die denken dat een keuze ervoor zorgt dat iemand kiest. Dat is in sommige gevallen ook zo. Bijvoorbeeld als je je partner mee uit eten vraagt en het tijdstip voorlegt: 18.00 of 19.00? Een keuze aanbieden in een offerte die een pijn moet oplossen is niet wenselijk. De klant gaat ervan uit dat jij de expert bent, daarvoor krijg je de kans om ingehuurd te worden. Zorg dus dat je alleen de beste oplossing biedt om de ander van zijn pijn af te helpen.