

Verkoop jij of koopt de ander?

“Je bent salesmanager en je bent op zoek naar een salestrainer voor je salesteam. Je hebt wel eens wat mensen over de vloer gehad, maar je wilt eigenlijk een keer iets anders. Je start daarom een zoektocht binnen je netwerk en je kijkt online wat in het rond. Je zoekt op LinkedIn binnen je contacten of zij iemand kennen, je zoekt via Google en je vraagt wat rond bij bekenden. Na wat zoeken ben je al een paar trainers tegen gekomen die je interesse hebben gewekt. Je verkleint daarom je zoektocht en richt je specifiek op een aantal personen. Van deze mensen bekijk je de bedrijfspagina, de LinkedIn profielen en lees je een paar reviews.

Twee weken later open je LinkedIn. Je merkt op dat één van de trainers die je hebt bekeken een leuke post heeft geplaatst met een ‘whitepaper’. Deze download je, je leest het en daarna bekijk je nogmaals de website van deze persoon. Wat je aan informatie tot je krijgt, bevat je en daarom besluit je dat je deze persoon voor te leggen aan je collega’s als mogelijke trainer voor het salesteam.

Tijdens een meeting met je collega’s geef je aan dat je onderzoek hebt gedaan naar een salestrainer voor het team en geeft daarbij ook redenen aan waarom je een trainer zoekt én waarom dat je bij deze persoon bent uitgekomen. Een paar collega’s bekijken ook de informatie waar je zelf zo enthousiast van bent geworden en vervolgens volgt er een akkoord om aan de slag te gaan.”

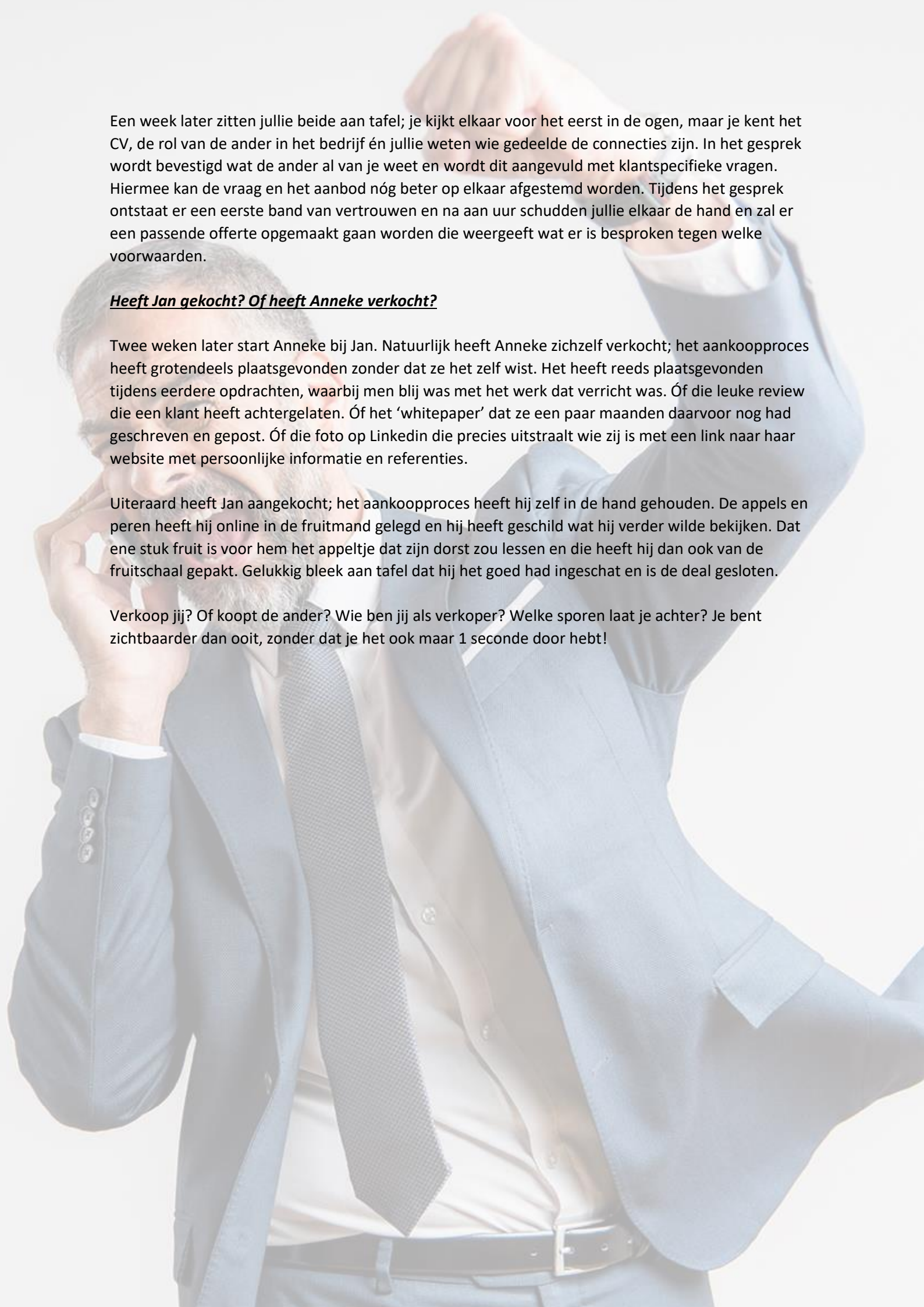
Stel; Jij bent in deze context de salestrainer en je krijgt een mailtje in je e-mailbox:

Beste Anneke,

Ik ben Jan Sales en ik werk als salesmanager bij softwarebedrijf CODE. Wij hebben een salesteam van 5 mensen en we zijn op zoek naar iemand die salestrainingen kan verzorgen om de overeenkomsten met onze klanten klantgericht te kunnen sluiten. Wij willen onze klanten meer centraal zetten. Het centraal zetten, start bij een advies op maat. En dat mag verder gaan dan de adviezen van onze standaard producten. We willen onze klanten hiermee binden, boeien en écht een partner zijn voor nu en in de toekomst. Ik heb op je website gekeken en ik lees dat je daar een training voor hebt. Kunnen wij een afspraak maken om te bekijken of we iets voor elkaar kunnen betekenen?

*Fijne dag,
Jan Sales*

Na het lezen van deze mail bekijk je de website van het bedrijf CODE en het LinkedIn profiel van Jan Sales. Je vraagt je af hoe hij bij jou is uitgekomen, maar je bent te enthousiast om dat te vragen en belt direct op om de afspraak te plannen. Daarna open je nogmaals je LinkedIn en bel je een oud collega waarvan je ziet dat deze ook een connectie heeft met Jan. Je legt uit waarom je hem belt en aan de andere kant van de lijn geeft de oud-collega aan dat Jan écht een toffe peer is en dat hij toevallig heeft gehoord dat het bedrijf waarvoor hij werkt lekker aan de weg aan het timmeren is.



Een week later zitten jullie beide aan tafel; je kijkt elkaar voor het eerst in de ogen, maar je kent het CV, de rol van de ander in het bedrijf én jullie weten wie gedeelde de connecties zijn. In het gesprek wordt bevestigd wat de ander al van je weet en wordt dit aangevuld met klantspecifieke vragen. Hiermee kan de vraag en het aanbod nóg beter op elkaar afgestemd worden. Tijdens het gesprek ontstaat er een eerste band van vertrouwen en na aan uur schudden jullie elkaar de hand en zal er een passende offerte opgemaakt gaan worden die weergeeft wat er is besproken tegen welke voorwaarden.

Heeft Jan gekocht? Of heeft Anneke verkocht?

Twee weken later start Anneke bij Jan. Natuurlijk heeft Anneke zichzelf verkocht; het aankoopproces heeft grotendeels plaatsgevonden zonder dat ze het zelf wist. Het heeft reeds plaatsgevonden tijdens eerdere opdrachten, waarbij men blij was met het werk dat verricht was. Óf die leuke review die een klant heeft achtergelaten. Óf het 'whitepaper' dat ze een paar maanden daarvoor nog had geschreven en gepost. Óf die foto op LinkedIn die precies uitstraalt wie zij is met een link naar haar website met persoonlijke informatie en referenties.

Uiteraard heeft Jan aangekocht; het aankoopproces heeft hij zelf in de hand gehouden. De appels en peren heeft hij online in de fruitmand gelegd en hij heeft geschild wat hij verder wilde bekijken. Dat ene stuk fruit is voor hem het appeltje dat zijn dorst zou lessen en die heeft hij dan ook van de fruitschaal gepakt. Gelukkig bleek aan tafel dat hij het goed had ingeschat en is de deal gesloten.

Verkoop jij? Of koopt de ander? Wie ben jij als verkoper? Welke sporen laat je achter? Je bent zichtbaarder dan ooit, zonder dat je het ook maar 1 seconde door hebt!