

De Zen van verkopen

door

David Bloch



Als verkoper wilt u graag zoveel mogelijk verkopen. Het is immers uw vak! Toch staat u vaak onder enige druk omdat de baas (en soms uzelf!) de lat hoog legt én omdat u hoge verkooptargets heeft gekregen. Maar wat gebeurt er bij de klant als u té gretig bij hem aan tafel zit? Hij voelt zich al snel onder druk gezet. Naar de klant luisteren wordt dan moeilijker en voordat u het weet zit u alleen nog maar te ‘pushen’.

Inzichten uit de oosterse Zen-filosofie maken het u makkelijker om uw gesprekspartner de nodige ruimte te geven. De leer zegt: houd op met *verkopen* en stel de ander in staat om van u te *willen kopen*. Voordelen: u hoeft minder hard te werken, én u krijgt sneller de medewerking van uw klant!

De klant koopt omdat hij het wil, *niet* om u een plezier te doen. (Akkoord, iedere topverkoper heeft nu eenmaal enkele ‘vrienden’ die wel eens bereid zijn om déze maand extra in te kopen om een keertje te helpen een target te halen.) Uw taak is dan om hem te motiveren.

Voordelen

In het Engels wordt gesproken over ‘features and benefits’, ofwel ‘eigenschappen en voordelen’. Hoewel de eigenschappen belangrijk zijn, reageren de meeste afnemers het beste op de voordelen voor hen van het product of de dienst.

Wanneer u over eigenschappen praat, etaleert u uw kennis – gegevens die ook in uw documentatie staan.

Wanneer u over voordelen praat, laat u uw deskundigheid spreken: de inzichten in de toepassing van het product in de wereld van de koper. Daarmee scheidt u sneller een band.

Berusting

Hoewel u targets heeft, en misschien daaraan gekoppelde bonussen, wat wilt u liever: eenmalig scoren (korte-termijn denken) of een langdurige relatie?

Wanneer u bereid bent om in uzelf te kijken, zult u merken in welke maat uw dagelijks geluk afhangt van het wel of niet slagen van een deal.

Natuurlijk is het heerlijk om iets te verkopen – dat mag u zeker vieren! – én het is in uw voordeel om dit te onderzoeken: of de klant koopt of niet, is zijn zaak; of de klant koopt of niet, *ik* weet hoe goed mijn producten zijn; of de klant koopt of niet, *ik* blijf gelukkig.

Besef dat zodra de klant het gevoel krijgt dat uw geluk van zijn beslissing afhangt, heeft hij macht over u... en dát verzwakt u in alle opzichten en vooral in uw onderhandelingsruimte. Wanneer de klant – bewust of onbewust – ervaart hoe los u van zijn beslissing staat, geeft het hem meer ruimte om zonder emotie (machtsgevoel) naar de zaak te kijken.

Ontspanning

Om u te helpen bij het verkoopgesprek, neem een moment voor uzelf voordat u begint. Adem diep uit door de mond. Ontspan de kaken – ze zijn tenslotte uw ‘praat-gereedschap’ en mogen ook even wat rust hebben voor de aanval! Velen tuiten de lippen en maken een ‘fuh’-geluid; dit is fout. Diep en zachtjes uitademen maakt eerder een ‘huh’-geluid. Deze oefening, hoe simpel het ook lijkt, is de eerste stap op weg naar de basisontspanning vóór uw inspanning.

Ruimte

Wanneer u uitademt, kunt u onmogelijk praten. Dat geeft u luister-ruimte en uw gesprekspartner krijgt praat-ruimte. Door te ontspannen krijgt u meer kans om te luisteren naar wat hij zegt, in plaats van bedenken wat u zometeen-wilt-zeggen-zodra-hij-opschiet-en-u-weer-laat-praten. U laat de voordelen voor hem duidelijk zien, uiteraard gekoppeld aan voor hem waardevolle eigenschappen, én u geeft hem de tijd om te reflecteren en om zelf met vragen en opmerkingen te komen. Als ervaren verkoper weet u dit al, en de inzichten hier helpen u om het in de praktijk te brengen.

Afronding

U wilt het gesprek afronden. U wilt een beslissing horen. Met enkele rustig uitgesproken zinnen – vol met voordelen – verhoogt u uw kansen:

Nou, Marcel, we hebben zojuist de ins en outs van het nieuwe printstelsel onder de loep genomen.

[adem uit]

Je hebt begrepen hoe de vernieuwde software de bediening veel makkelijker maakt, zodat je ook andere medewerkers kunt inzetten om de pers te bedienen.

[adem uit]

Je hebt een duidelijk beeld gekregen van wat je tegen je eigen cliënten kunt zeggen wanneer zij vragen hebben, en hoe je ze sneller kunt helpen.

[adem uit]

Je hebt gehoord wanneer je het apparaat – na de aanpassing – weer in gebruik kunt nemen, en welke investering dat vergt.

[adem uit; nu héél zachtjes zeggen:]

Met alles op een rijtje, zoals het eruit ziet, hoe snel je van de voordelen van de aanpassing begint te genieten... tja, dat is nu... aan jou!

Tot slot...

'Pushen' werkt averechts; de ander motiveren in zijn voordeel, en meer ruimte scheppen voor zijn beslissingsproces, bevordert zijn én uw zaken.