

13 Acquisitietips

AngelCoaching

Coaching en training voor de creatieve sector

www.angelcoaching.nl

Tip 1

Wat voor product/dienst ga je aanbieden? Maak een keuze, niemand kan alles!

Tip 1

- Veel ondernemers zijn gezegend met een gezonde dosis optimisme en enthousiasme. Vanuit dat enthousiasme is het vaak moeilijk om keuzes te maken. Als je voor iets kiest zeg je immers ook nee tegen iets anders.... Toch is het wel beter om een duidelijke keus te maken, al was het alleen al omdat je een helderder verhaal hebt naar je potentiële opdrachtgever. Om mezelf als voorbeeld te nemen, toen ik begon als coach ging ik er vanuit dat ik iedereen kon coachen. Nou is dat natuurlijk ook zo ;-), maar zie dat maar eens aan de man te brengen. Op het moment dat ik koos voor coaching en training voor creatieven ging m'n bedrijf lopen. En weet je wat het leuke is? Er komen ook nog steeds andere mensen op m'n pad. Dus dat nee zeggen sluit in de praktijk echt niet alle deuren en dat is niet alleen mijn eigen bevinding.

Tip 2

**verdiep je in je potentiële klant,
zorg dat je zo veel mogelijk
over hem/haar te weten komt
zodat je gerichte vragen kunt
stellen**

Tip 2

- Bij koude acquisitie, waarbij je dus contact zoekt met een mogelijke klant die je nog niet kent, is het heel belangrijk om je van tevoren goed te verdiepen in die klant. Wat heeft die klant nodig? Waar liggen zijn/haar problemen? In welke behoefte kun jij voorzien met jouw product of dienst? Is er misschien een actuele aanleiding om contact op te nemen? Veel mensen die het acquisitiepad op gaan zijn te veel bezig met hun eigen product of dienst, zijn er van overtuigd dat de ander zijn of haar product moet kopen. Maar let's face it, als je weet wat de ander nodig heeft kun je jouw verhaal daar veel beter op afstemmen en is de kans vele malen groter dat je daadwerkelijk iets verkoopt.

Tip 3

**Zorg dat je een klik hebt met je
potentiële klant**

Tip 3

- Makkelijker gezegd dan gedaan denk je misschien en soms is dat inderdaad ook zo. Je kunt niet met iedereen een klik hebben, dat klopt. Maar meestal is het niet zo moeilijk. Als je eerlijk bent en open staat voor de ander kom je al snel een heel eind. Authenticiteit is misschien een modewoord op het moment, maar als je authentiek bent kan er eigenlijk weinig mis gaan. Onecht gedrag is in ieder geval nooit een basis voor vertrouwen en vertrouwen heb je nodig om iets te kunnen verkopen. Goed luisteren naar wat de ander te zeggen heeft is ook belangrijk, de ander voelt zich daardoor serieus genomen en gewaardeerd en ook dat zal het vertrouwen vergroten.

Tip 4

Ga er niet vanuit dat je na één contact direct succes hebt.

Tip 4

- Mooi meegenomen natuurlijk als het je wel in één keer lukt, maar meestal zijn er meer 'contactmomenten' nodig om je product of dienst te verkopen. Als je dat van tevoren incalculeert scheelt je dat een hoop frustratie. Zie het als een campagne. Bedenk van tevoren hoe je het wilt gaan doen. Misschien beginnen met een telefoontje, dan na een week een mailtje. Even wachten en de week daarop op weer een andere manier contact zoeken, bijvoorbeeld met het doorsturen van een artikel of link die interessant is voor je potentiële opdrachtgever.

Tip 5

**Maak de 'poortwachter' je
vriend(in)!**

Tip 5

- Secretaresses en assistenten kunnen een bron van informatie zijn, zo kennen zij bijvoorbeeld als geen ander de weg in het bedrijf. Knoop een gesprek aan, probeer een connectie te maken en doe je voordeel met de informatie die ze je geven. Wees ook niet bang om te vertellen waarom je belt en hou in je achterhoofd waarom het voor zijn/haar baas belangrijk is om jou te spreken. Hou je verhaal kort. Noteer naam en nummer van de secretaresse, mocht je op een later tijdstip nog een keer terug moeten bellen dan kun je direct naar haar vragen. Refereer aan je eerdere gesprek en je komt makkelijker het bedrijf binnen.

Tip 6

**Praat in 1e instantie over
'problemen' en niet over (jouw)
oplossingen**

Tip 6

- Begin je gesprek, na een inleidend praatje uiteraard, over de mogelijke 'problemen' van je prospect. Praat niet over jouw product of dienst, maar over de 'problemen' die jouw product of dienst op kan lossen. Het idee hierachter is simpel, de klant moet eerst weten dat hij een probleem (of behoefte) heeft voordat jij het probleem voor hem op kan lossen. Je creëert als het ware een behoefte bij de klant.
Voorbeeld? Als ik ergens vertel dat ik coach en trainer ben gaat iedereen een beetje glazig kijken, maar als ik vertel dat het voor veel creatieven moeilijk is om in hun eigen onderhoud te voorzien en dat ik er voor kan zorgen dat ze daar wel toe in staat zijn heb ik gegarandeerd interesse gewekt.

Tip 7

Luister!

Tip 7

- Luister goed naar wat de je potentiële opdrachtgever te vertellen heeft. Praat niet te veel over je eigen product of dienst, ook niet uit enthousiasme. Stel vragen, luister naar de antwoorden, vraag door. Niet alleen geef je de ander daarmee het gevoel dat je ècht geïnteresseerd bent, ook krijg je een schat aan informatie die je later in het gesprek kunt gebruiken om je product onder de aandacht te brengen en om je aanbod aan te laten sluiten bij wat de ander nodig heeft.

Tip 8

**Bang om te bellen? Gewoon
doen!**

Tip 8

- Veel mensen vinden het doodeng om iemand te bellen die ze niet kennen. Het vervelende is alleen dat als je het uit de weg gaat de angst nooit over gaat. Ga de confrontatie dus aan. Begin makkelijk, bel eerst een aantal mensen die je kent, daarna een aantal mensen waarvan je weet dat ze geïnteresseerd zijn in jouw product of dienst. Zo bouw je het op.
- Werk ook aan je verwachtingen, afwijzingen zijn natuurlijk altijd vervelend, maar als jij vindt dat iedereen je aardig moet vinden maak je het jezelf wel heel moeilijk!
En, last but not least, hou rekening met je energie level. Ben je 's ochtends op je best, bel dan 's ochtends en stel het telefoontje niet uit tot het eind van de dag als je toch al moe bent (en je dat als uitvlucht kunt gebruiken)

Tip 9

**Een goede opening is het halve
werk**

Tip 9

- Begin je (telefonische) gesprek niet met de opmerking dat je een brief hebt gestuurd. De ander kan dan, als hij niet geïnteresseerd is, heel makkelijk zeggen dat ie 'm niet heeft ontvangen en dat je 'm nog maar een keer moet sturen. En dat is vervelend. Bereid je opening goed voor. Misschien is er een actuele aanleiding om te bellen? Begin in ieder geval met een open vraag en hou het kort!

Tip 10

Maak een goede elevator pitch

Tip 10

- Een goede elevator pitch duurt maximaal 30 seconden tot 1 minuut en is prikkelend, maakt nieuwsgierig en zorgt er voor dat de ander met je verder wil praten. Een goede elevator pitch is bovendien op maat gemaakt. Heb je verschillende producten of doelgroepen dan is het handig om verschillende elevator pitches tot je beschikking te hebben.
- Idealiter bevat een goede elevator pitch de volgende onderdelen: je doelgroep, het probleem/de behoefte van die doelgroep en jouw oplossing daarvoor (niet persé in deze volgorde overigens)

Tip 11

De zeven grootste acquisitie fouten

Tip 11

1. Ik verkoop....

Je stelt jezelf voor en komt gelijk tot de kern: ik verkoop.... Niet de beste manier om iets te verkopen, je mist de aansluiting met de ander, weet niet wat zijn/haar behoeftes zijn

2. Alleen maar over jezelf praten

Veel gemaakte fout, je praat alleen maar over jezelf (uit enthousiasme, door de zenuwen), je bedrijf, je product

3. Ik heb vorige week een brief gestuurd

Daar hebben we het al eerder over gehad, je geeft de potentiële klant te veel munitie in handen om je af te wimpelen (kun je 'm nog een keer sturen, ik heb hem niet ontvangen)

Tip 11

4. Ik lever kwaliteit en maatwerk

Dat mag ik hopen! Dit soort argumenten zijn geen verkoopargumenten, ze geven geen specifieke informatie, iedereen zegt kwaliteit te leveren of betrouwbaar te zijn. Geen idee wat wel goede verkoopargumenten zijn? Vraag eens aan een paar klanten waarom ze zaken met jou doen.

5. Niet duidelijk zeggen wat je aanbiedt

Een veel gemaakte fout, zeker bij mensen die diensten leveren (een product is vaak wat makkelijker te omschrijven). Een goed aanbod omschrijft duidelijk wat je levert, wat de kosten zijn en wat de resultaten zijn.

Tip 11

6. Geen gehoor geven aan bezwaren

Als een klant bezwaren heeft kun je daar maar beter op in gaan, zodat de klant zich gehoord voelt. Vraag waar het bezwaar door veroorzaakt wordt en wat je er aan kunt doen om het bezwaar van tafel te krijgen

7. Je niet goed voorbereiden op een gesprek

Lijkt me voor zich spreken.

Tip 12

Gebruik de SPIN methode

Tip 12

Deze methode is ontwikkeld door Neil Rackman, hij heeft onderzocht dat in een succesvol acquisitie gesprek de klant vaker aan het woord is dan de verkoper. Succesvolle verkopers stellen dan ook meer vragen dan hun minder succesvolle collega's.

SPIN staat voor:

- * Situatievragen: breng de situatie van je klant in kaart, met een beperkt aantal situatievragen
- * Probleemvragen: als je de situatie in kaart hebt gebracht schakel je over op vragen die problemen, knelpunten e.d. aan het licht brengen

Tip 12

- Implicatievragen: zijn bedoeld om de problematiek te verdiepen. Wat zijn de gevolgen van de problemen en knelpunten voor je klant?
- Nut en noodzaak vragen: de laatste stap om je klant warm te maken voor je product of dienst. Je vraagt wat jouw product of dienst kan betekenen voor de ander, waarom is het zo belangrijk om iets aan het probleem/het knelpunt te doen?

Tip 13

**Evalueer altijd je acquisitie
gesprekken**

Tip 13

Als je steeds beter wilt worden in acquireren leer jezelf dan aan om elk acquisitie gesprek dat je hebt gevoerd te evalueren. Wat ging er goed, wat ging er fout, wat kun je de volgende keer beter doen. Goed acquireren is een constant leerproces, de markt verandert, klanten veranderen, als jij stil blijft staan gaat het niet goed komen.