

# BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | [www.frta.nl](http://www.frta.nl) | E-mail: [froelfsema@frta.nl](mailto:froelfsema@frta.nl)

## De klant belt zelf.

Je kent allemaal wel die befaamde telemarketing bedrijven die net bellen als je zit te eten of net met iets anders bezig bent. Gelukkig niet meer zeggen nu velen van jullie, want er is het “bel me niet register”. Een hele geruststelling voor de klant.

Maar je kunt het ook omdraaien. De titel is niet voor niets de klant gaat zelf bellen. Of om in marketing en sales termen te praten “bel me juist wel”. Telefoon is al jaren lang het meest indringende medium dat er is. Kijk maar om je heen. Ga maar eens rustig zitten in een winkelstraat op een bank. Tel eens hoeveel mensen tegenwoordig niet met een telefoon aan het oor lopen en bellen. En zijn het allemaal dringende gesprekken?

Om nog maar te zwijgen over de vele andere communicatie mogelijkheden met de telefoon. Je gaat Je therapie praktijk klaar maken voor het zogenaamde inbound bellen. Met andere woorden, je gaat je therapie praktijk open stellen om je te laten bellen. Het is nu juist in deze tijd dat meer en meer dienstverlenende bedrijven je vragen om vooral contact op te nemen. Vaak in combinatie met de social media, staat er een telefoonnummer bij voor een persoonlijk contact.

En zeker is zeker, je bent dienstverlenend van top tot teen. Je helpdesk, je informatienummer ondersteund klanten die interesse hebben dan wel honger hebben naar informatie. En eerlijk is eerlijk. Degene die nu aan de telefoon zitten zijn vaak beter geïnformeerd over de producten en diensten van de therapie praktijk.

Zo ook jij. Je weet als geen ander om je therapie product en of therapie behandeling te ondersteunen met je persoonlijkheid. Je personality, zoals het wordt genoemd in de marketing, kan niet worden weer gegeven via een website of tweet.

Nee, je stem, je stem hoogte en je intonatie is de doorslaggevende factor voor een klant en of potentiële klant om JA te zeggen. Naast de informatie is er zelfs een mogelijkheid voor een persoonlijk aanbod en of advies. Je merkt het al dat zelfs in deze tijd het gebruik van een telefoon moet worden gestimuleerd. En anno twintig vier en twintig is het opnieuw een bewijs dat klanten persoonlijk willen worden geholpen.

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blog boost:

De klant belt zelf	1
Bellen een vak apart	2



Maar ga niet teletrusten. Dus half half wat doen. Nee, maak een degelijk plan. Communiceer bijvoorbeeld wanneer de hulplijn open staat. Wanneer het informatienummer beschikbaar is voor een persoonlijk contact. Je kunt zelfs denken aan een telefoon met een apart nummer, je info telefoon. Zelfs zijn er al therapie praktijken die een telefonisch spreek uur houden.

Je gaat op een zeer gestructureerde wijze gebruik maken van je sales en marketing activiteiten. Communiceer je boodschap via allerlei media. Een tweet met op het einde een telefoonnummer voor verdere informatie. Een LinkedIn bericht met ook op het einde weer je infonummer.

Wat is het gevolg?

Klanten gaan zelf bellen. En wat is een klant die zelf gaat bellen? Juist, een geïnteresseerde klant. Tenslotte nog een mooie na denker. Het voordeel van een telefonische verkoopactie is dat je de klant op z'n minst aan het denken dient te zetten. Er valt altijd voordeel te behalen als er binnen korte tijd wordt beslist voor een behandeling of de aankoop van een therapie product.

Dat voordeel wordt als maar duidelijker omdat het door je persoonlijk wordt aangegeven. Wordt het ook nog toegelicht, dan kan het niet meer stuk. Gebruik dus je verloren uren om te info telefoneren.

Bereik ook die klanten en potentiële klanten die weer hunkeren naar je geluid. Laat de klant je bellen. Succes verzekert. En denk eraan: dank zij de telefoon kan iedere klant tegenwoordig zijn of haar voet in je oor zetten.



## Bellen een vak apart!

Er zijn vele mogelijkheden om met een gast en of klant in contact te komen, te communiceren. Naast het voorgaande persoonlijke verkoopgesprek is de telefoon het meest gemakkelijke.

Waarom?

- **Tijdwinst**
- **Snelle reactie**
- **Kostenbesparing**
- **Persoonlijker dan schriftelijk**
- **Directe reactie**

Net als bij het persoonlijke verkoopgesprek moet ook het telefoongesprek bij u zorgvuldig worden voorbereid en speelt een juiste gespreksvoering met een commerciële inslag een belangrijke rol.

Degene die de telefoon binnen uw bedrijf opneemt, vertegenwoordigt op dat moment het gehele bedrijf in de ruimste zin van het woord. U kunt spreken in dit geval over een **public relations officer**. U bent dus een belangrijke communicatieschakel tussen de markt en het bedrijf.

Natuurlijk hoeft niet alleen degene die de telefoon aanneemt beschikken over goede telefooncommunicatietechnieken en goede telefoonmanieren.

Voor iedereen in en binnen uw bedrijf geldt hetzelfde. Van management tot aan de portier, zeggen wij in de horecabranche. Ook uw dienstverlenende branche. Alle medewerkers moeten hun bijdrage leveren tot het creëren van een aangename sfeer. Een sfeer die aanleiding geeft tot zaken doen en die niet tot het einde van een zakelijke relatie leidt. Men realiseert zich onvoldoende welke indrukken er achter blijven bij een gast en of klant als aan goede telefonische contacten nauwelijks of geen aandacht wordt besteed. Degene die telefoneren spelen een belangrijke rol bij het verkopen van uw bedrijfsklimaat.

## Wie neemt de telefoon op?

Meestal bent u dat in de positie van sales, en dat op alle mogelijke willekeurige tijden en willekeurige dagen.

Dit is:

- **Iemand die vriendelijk is**
- **Iemand die de gast/klant niet afsnauwt of kortaf is**
- **Iemand die enthousiast overkomt zonder te overdrijven**
- **Iemand met een heldere stem, die door de telefoon goed is te verstaan**
- **Iemand die initiatief toont, die geen afwachtende houding aanneemt**
- **Iemand die vragen aan de gast/klant stelt zonder te irriteren**
- **Iemand die doortastend kan optreden**
- **Iemand die commercieel kan denken en doen**
- **Iemand die uitstekend kan luisteren en in staat is om in te spelen op bepaalde argumenten.**
- **Iemand die kan meegaan met de denkwijze van de gast/klant.**

## Goede telefoonmanieren.

De instrumenten die u zelf hebt om met behulp van de telefoon uw doel te bereiken zijn voor een ieder verschillend. Daarom dient u deze ook te kennen en maximaal te benutten in al uw telefoongesprekken. Welke instrumenten zijn dat?

- **Mond/stem**

Wat kunt u allemaal met uw mond en met uw stem?

- hard en zacht praten
- binnensmonds mompelen of duidelijk articuleren
- hoge en of lage tonen produceren
- uw mond chagrijnig laten hangen of glimlachen
- met een accent of ABN praten

- **Gehoer**

Luisteren doet u met uw oren. Maar met uw oren vangt u ook andere signalen op.

- is er veel lawaai op de achtergrond of juist weinig
- iemand praat heel gehaast, of juist heel vermoeiend

- **Humeur**

Wat dacht u van uw humeur. Ook uw humeur is van grote invloed op de toonzetting van uw stem. (denk aan de thermostaatfunctie). Als u in een pest bui bent of u hebt er een, dan is dat goed te horen. Als uw humeur daar en tegen goed en opgewekt is klinkt uw stem ook een toon hoger en dus vriendelijker.

- **Houding**

Ook de houding speelt een belangrijke rol in de uitstraling voor de kwaliteit van de boodschap en de uitstraling van uw stem. Ga maar languit op uw rug liggen en een telefoongesprek voeren, uw stem zal doffer klinken, bijna vervelend klinkt het.

Gaat u nu maar eens recht op zitten en doe het zelfde nog maar eens. U voelt en hoort een duidelijk verschil. Het klinkt opgewekter en vooral alerter.

- **Karakter**

Het karakter is van groot belang. Bent u wat lijjig, dan klinkt dit onmiddellijk door in het tempo van uw verhaal. Bent u exact gericht, dan zult u zich ook alleen tot het noodzakelijke in uw verhaal aan de telefoon door beperken.

- **Uiterlijk**

Het uiterlijke vertoon is zeer belangrijk bij uw branche en of bedrijf.

Bij vele bedrijven is dit een zeer ondergewaardeerd punt. Indien u zich vooraf klaar maakt voor actie middel van opmaken, representatieve kleding, enz, zal u merken dat dit door straalt in uw gesprek.

U wordt er zekerder door.

Kortom:

Er is maar een kabel waar uw hele persoonlijkheid door heen moet, alle charmes, gehoor, en stemvoordelen moeten er door en dat is een enorme handicap.

