

# BLOG BOOST

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

## Aan de slag met VOITA

Hoe je het ook went of keert, er komt een moment dat je daadwerkelijk een verkoopgesprek dient te houden of moet gaan voeren. Voor velen van jullie is dat het begin van een nachtmerrie. Vele vragen spelen daarbij een cruciale rol. En dan nog maar te zwijgen over de duizend en één mogelijkheden waarin een dergelijk gesprek zich kan voortbewegen. En juist deze duizend en één dingen vragen bij je ook nog een zekere improvisatie en inlevingsvermogen in de klant. En dat is nu juist het punt waarbij je jezelf onzeker gaat voelen en of enorme kansen laat liggen.

Het is daarom handig om weer eens een ezelsbruggetje van stal te halen om je te helpen met je verkoop en de daaraan gekoppelde gespreksstructuur. Zonder gespreksstructuur kan niemand. Immers je moet weten waar je met de klant naar toe wilt en je maakt daarbij een inschatting van de mogelijke gespreksroute.

Nu kun je een vijftal hoofdfasen onderscheiden in deze gespreksstructuur. Kortom, aan de slag met VOITA. De eerste stap is de *Vorbereidende fase*. Je weet als geen ander wie er bij je in de praktijk komt voor een behandeling. Je maakt immers de afspraken. Dus je hebt te maken met geregeld bezoek. Dus je kunt je nu al voorbereiden met de klantenkaart.

Wanneer zijn er producten aangeschaft? Wat waren de probleemgebieden? Wat heeft de klant tussentijds nog gehaald? Wat is de vraag nu en welke behandeling? Je ziet het vragen die je kunnen helpen om je voor te bereiden op het bezoek. Daar zitten ook duizend en één kansen om een gesprek te openen met een succesvolle afloop.

Dan komt de klant. Dus nu gaat het gebeuren. De tweede fase komt eraan. De *Openingsfase*. Er moet als het ware een klik ontstaan tussen de klant en je. De fase is nu aangebroken om te begroeten, maar ook de eerste vragen te stellen over het behaalde resultaat. Je zal merken dat er mogelijkheden gaan ontstaan om opnieuw raak te schieten met je salesverhaal.

Automatisch ga je bijna over in de fase van *Informatie*. In deze fase ga je heel gericht vragen en luisterend naar de antwoorden van de klant. Deze fase kan op twee manieren worden ingezet. Voordat je gaat starten met de behandeling maar zeker na dat je de

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

Aan de slag met VOITA	1
Oplossend verkopen	2

behandeling hebt gedaan. Dit is de fase waarin je spijkers met koppen gaat slaan. Hier komen bij de juiste vragen ook de aankoopargumenten van je klant. En deze aankoopargumenten zijn je verkoopargumenten. Je krijgt deze op een presenteerblaadje aangereikt. Gebruik ze ook!

Na dit alles komt de *Transformatiefase*. In deze fase ga je nog meer dan in de informatiefase je klant overtuigen van je producten en service. Je geeft tekst en uitleg aan de klant over de samenstelling, verbeterde werking en vooral wat het doet voor de klant. Praat vanuit de klant en zeker niet in de "IK" vorm. In deze fase kun je de behoeften van je klant vervullen en gebruik daarbij ook de mogelijke zintuigen.

Je hele houding is professioneel, overtuigend en natuurlijk voorzien van de nodige dosis vakkennis. Jij bent immers de professional, dus je bent uniek en geeft je klant het gevoel van meerwaarde. Zonder jou geen innerlijke kracht!

Tenslotte de laatste fase in dit geheel de *Afrondingsfase*. Hier gaat je klant daadwerkelijk door de knieën en gaat over tot aanschaf. Het lijkt zo eenvoudig maar dat is ook zo. In deze fase wil de klant maar een ding en dat is kopen. Bij twijfel niet doordrukken, maar inspelen nogmaals op de behoefte en geef dan een proef mee. De volgende keer komt het wel, of je klant belt al eerder met de vraag of het schikt om te kopen. Duurt dit alles lang? Nee. Bij effectief en juist gebruik van de ezelsbrug kun je in vijf tot tien minuten al aan slag zijn geweest. Ruim er wel tijd voorin, na de behandeling. Want tijdsdruk is de grootste faal factor in dit soort gesprekken. Als iedere tien minuten de aandacht maximaal is voor je klant komt het verkoopsucces vanzelf. Dus aarzel niet, probeer het maar eens toe te passen en zie voila met VOITA. En denk er aan; verkopen is je verbinden met de ware aard van ieder mens en soms een beetje meer.

VOILA!



## Oplossend verkopen

Hiermee stelt een ondernemer / therapeut zich voor als een expert in zijn/haar vakgebied. Met behulp van de juiste vragen verduidelijken ze wat klanten nodig hebben en stellen ze hen op hun gemak. Het doel is een krachtige relatie die ontstaat door de potentiële klant op de eerste plaats te zetten.

**Onderzoek:** In deze eerste stap verzamel je alle nodige informatie over je klant. Dat is niet alleen essentieel om hen te kwalificeren, maar ook om een zinvol gesprek te starten. Hoe doet jouw aanbod het tegenover dat van een concurrent? Schaaf eerst je kennis en expertise over het vakgebied bij, zodat je kan anticiperen op mogelijke vragen. (denk ook aan de 10 voordelen per product/dienst/service)

**Vraag:** Stel de juiste vragen over noden en pijnpunten. Start met algemene vragen en graaf steeds dieper. Ga van "Hoe regel je momenteel de zitposities op kantoor?" en ga verder met vragen zoals "Hoeveel tijd spendeer je er dagelijks aan?". Daardoor krijg je een beter beeld van de huidige situatie en kan je nadenken over hoe je jouw aanbod het best voorstelt en het behandelplan kan presenteren / opstellen samen met de klant.

**Luister:** Toon oprechte interesse in je klant en neem zoveel mogelijk informatie in je op. Luister goed naar wat ze zeggen en nog belangrijker, wat niet. Let daarbij ook op non-verbale elementen, zoals de toon van het gesprek. Laat potentiële klanten het gesprek leiden, stel regelmatig vragen en vat de belangrijkste punten samen om miscommunicatie te vermijden. Hou je oren vooral goed open voor zaken die belangrijk zijn voor de organisatie en het team: productiviteit, kostenefficiëntie, welzijn, enzovoort.

**Onderwijs:** Geef je klanten geen les over je product of dienst, maar help ze een uitdaging overwinnen en maak samen een plan op om hun doelen te behalen. Maak het waarom van dit alles duidelijk bij elk gesprek: *benadruk dat je er bent om hen te helpen.*

**Kwalificeer:** Besteed je tijd en aandacht aan klanten die een goede match lijken. Vervolgens ga je een stap verder: wees niet te opdringerig, maar zorg er tegelijkertijd voor dat je top-of-mind blijft. Als je effectief goed geluisterd hebt, is het eenvoudig om relevante informatie op je klant af te vuren als je een tijdje niets van hen hoort. Overtuig hen door rekening te houden met hun interesses en op het juiste moment toe te slaan.

**Close:** Een verkoop sluiten zou niet al te moeilijk mogen zijn, aangezien je je richt op gekwalificeerde klanten die het budget en de bevoegdheid bezitten om een beslissing te nemen. Zet meteen je tanden in obstakels door de consequenties te benadrukken van de situatie gewoon te laten zoals ze is. 'Wat zal er gebeuren als je je doel niet bereikt?'

Volgens deze techniek zou elke verkoop moeten eindigen met één van deze drie scenario's:

- Een klant bereikt zijn doel (voorbeeld: beter in zijn of haar vel en geen rugklachten meer)
- Je lost het probleem van een klant op (voorbeeld: betere zit positie en oefeningen om soepel te blijven)
- Je vult een behoefte in (voorbeeld: geld besparen, productiever en fitter voelen)

