

# BLOG BOOST

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

## Kruisverkoop?!

Deze manier van verkopen is een eenvoudige manier om je sales in de therapiepraktijk te verhogen. Het staat in de marketing niet als zodanig beschreven. Het is eigenlijk de term cross selling.

Aha, zal je nu zeggen. Dat is mij bekend, maar vaak wel erg moeilijk. Maar niets is minder waar. Het gaat namelijk niet om nieuwe klanten van je. Nee, het gaat om je bestaande klanten, je huidige relaties. Je weet als geen ander hoe deze klant denkt, voelt, ruikt en proeft aan je therapiepraktijk en de producten. Daar liggen dus kansen anno 2023. En je hebt ook nog eens geen concurrentie om tegen aan te gaan.

De klanten kennen je en weten wat je in huis hebt. Zeker als het om enkele stuks gaat, maar nu gaan combineren. Vandaar de term kruisverkoop, kruisbestuiving van producten en zoals een grootgrutter tracht te zeggen gebruik- en verbruikscombinaties. Dat is de kern van cross selling.

Een aantal handige tips kunnen je helpen, en je therapiepraktijk een verkoop boost geven.

De eerste is om de contacten opnieuw aan te gaan bij de bestaande klanten. Besteed minimaal drie keer zoveel tijd aan je bestaande klanten dan steeds maar weer opzoek te gaan naar nieuwe. Het is een feit dat een nieuwe klant vijf keer meer kost dan een bestaande klant voller te maken.

Ten tweede stel je klantgerichte vragen. Vragen in de meest brede zin van het verkoopsgesprek. Het mag gaan over service, je behandelingen, het niveau van de behandelingen en de gebruikte producten. Zorg dat je weet te achterhalen wat je klanten bezighoudt, welke problemen er zijn en welke oplossingen er door de klant worden gezocht.

Deze informatie ga je analyseren en je komt dan direct bij de derde tip.

Verkoop klantgericht is deze tip. Schep niet op over je behandelingen, producten, en laat vooral lange verkoopmonologen achterwege.

Let goed op de koop signalen van een klant en haak daar op in. Laat daarbij de klant weten op welke wijze of op welke manieren je producten kunnen helpen.

## FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

### Inhoud van deze Blogboost:

Kruisverkoop	1
Wat is Cross selling?	2



Eventuele combinaties tonen. En je merkt het al daar zit de kneep van je kruisverkoop.

Door combinaties te tonen en te laten proberen ziet de klant de gebruiksmomenten en verbruiks toepassingen. Het geeft je meer tijd in de klantgerichte verkoop. En dan dien je niet alleen te denken in huissoorten en of probleem gevallen.

Zie je al overeenkomsten met de grootgrutters in ons land? Zij zetten ook de koffie, thee en koekjes bij elkaar net als bij de frisdrank vaak de zoutjes en chips in het verlengde staan.

Nee, denk ruimer. Welk product kan voor welke toepassingen in combinatie met welke behandeling en de daarbij passende vitaminepreparaat, crème, voedingstips. Je zal de voordelen per product moeten kennen en de mogelijke combinaties. Naast je eigen ervaringen en die van tevreden gebruikers.

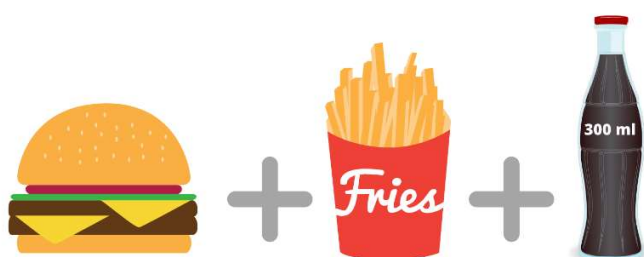
	Product	Voorbeeld
Deepselling	Meer	McDonalds
Upselling	Uitgebreider	Autodealer
Cross selling	Aanvullend of anders	Pompstation

Ook een leuke uitdaging voor de fabrikanten in hun sales trainingen. Tenslotte de laatste tip is die van actief luisteren. Vragen stellen is niet genoeg. Luister naar wat je klanten te zeggen hebben tijdens een verkoopgesprek. En luister kritisch, bijvoorbeeld; wat bedoelt de klant eigenlijk?

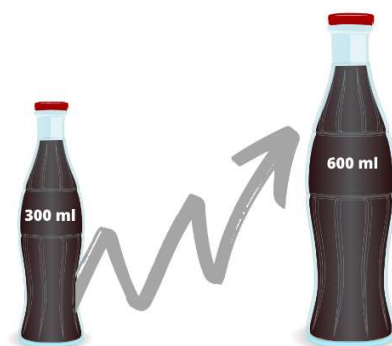
Bij onduidelijkheden direct vragen. En zo komt je vakvrouwschap weer van pas en combineer je alles wat los en vast zit. Met een duidelijk doel is cross selling, je kruisverkoop ingezet. Extra omzet bij bestaande klanten genereren is veel eenvoudiger als men denkt en ook nog eens makkelijker en goedkoper.

Je ziet het de kansen liggen weer voor het oprapen. Ook in moeilijke tijden, denk aan hand op de portemonnee, is dit een beproefde sales mogelijkheid. Klanten willen een non stop shopping met alle bijkomende voordelen.

En prijs technisch? Een koffie + appelgebak is vaak maar een paar cent goedkoper, maar geeft bij verkoop wel twee keer winst. En bij je therapiepraktijk? Zijn die kansen er ook. Succes met je kruisverkoop. En denk eraan; mislukt betekent alleen maar; nog niet gelukt.



**CROSS-SELL**



**UPSELL**

## Wat is cross selling?

Er worden verschillende definities gehanteerd. Een definitie in meest eenvoudige vorm is:

**Meer verschillende producten/productgroepen verkopen bij bestaande klanten.**

Hierdoor realiseer je omzetgroei en een betere binding met je huidige klant, wat de kans op switchen naar een andere aanbieder kleiner maakt.

Drie stappen in het proces van Cross selling zijn:

1. Welke productgroepen bij welke klanten
2. Wat is de succesfactor
3. Het benutten van de kansen

Cross-selling is een beproefde groeistrategie mede gebaseerd op verkoopgegevens uit je database. Door het slim analyseren hiervan ontstaat waardevolle informatie waarmee je verkoopteam gericht aan de slag kan.

Andere voordelen van cross-selling zijn:

De klant is reeds bekend met je en je producten/diensten.

Je kent de klant, het beslissingsproces en betaalgedrag.

Je kunt gebruik maken van bestaande contacten met je klant.

Door een betere binding met je klant houd je de concurrent buiten de deur.