

BLOG BOOST

FRTA KNOWLEDGE business training & advice | www.fрта.nl | E-mail: froelfsema@frta.nl

Hogedrukverkoop.

Als je deze titel leest dan komt het beursseizoen met rasse stappen dichterbij. En zoals altijd ben je natuurlijk alweer helemaal aan het voorbereiden. Wat wil je als therapeut aanpakken dit jaar? Welke behandelmethoden zijn nieuw en inpasbaar in je therapiepraktijk? Kortom er zijn tal van vragen en behoeftes, waar je de komende weken mee aan de slag gaat. Daarnaast ga je ook nog eens naar de vakbeurs in je branche.

En wat kan je daar verwachten voor 2023? Je zal nu waarschijnlijk zeggen, veel nieuws, veel te zien en te proberen en vooral die producten en behandelmethoden waar je belang bij hebt.

Maar mis je dan niet iets?. Jawel, de hogedrukverkopers.

Een beurs als deze kost geld en het moet wel verdiend worden in deze dagen. Dus ga je maar eens rustig voor dit karwei zitten en bekijk al die collega's met de enorme shoppers die voor de aanval kiezen. Prijs stunters, happy hours, meeneem prijzen, je kunt het zo gek niet bedenken of het staat wel aangegeven. En daar is deze waarschuwing in je aankoopbesluit een belangrijke in.

Je bent geen watje of zachte en makkelijke therapeut als je er nog een nacht of week over wil slapen. Je gaat goed voorbereid op pad en naar de beurs. Je wilt niet onder hoge druk aankopen en al helemaal niet door een hoge drukverkoper.

Je wil overleggen met je leverancier en diens verkoper. Je wil de tijd krijgen om er over na te denken. Je wil natuurlijk niets aan het toeval overlaten. En daarbij zijn er een aantal belangrijke vragen, die niet alleen in de verkoopprocessen gelden maar ook op de aankoop processen kunnen worden gebruikt.

FRTA KNOWLEDGE BUSINESS TRAINING & ADVICE

Inhoud van deze Blogboost:

Hogedrukverkoop	1
Nadenker in verkoop / aankoop	2

Een paar ter illustratie:

- Stel vast waarom je nog twijfelt. Dit kan een klant ook doen bij je in de therapiepraktijk. Je hebt het zelf ook. Denk eens na over de vraag;
- Wat doet je nog twijfelen?. Waarover of waarom maak je je nog zorgen?. Zijn er zaken die nog niet besproken zijn?. Je stelt jezelf ook deze vragen bij het aankoopproces, dus waarom niet bij de verkoop. Je wacht af en luistert goed naar de verkoper dan wel klant. Wat heeft hij of zij te melden.
- Wanneer jezelf bedenktijd wil en wenst, dan heeft de verkoper dat te respecteren. Het is handig om er direct op in te spelen en daar heel concreet een vervolgspraak op te maken. Een zin als; Past of schikt het je volgende week om 15.00 uur bij je in de praktijk?. Geen aarzeling maar concreet. Maar een zijn op de beurs kan ook zijn: Ben je er morgen ook? Zo ja, zullen we afspreken tegen de klok van 11.00 uur bij onze stand op de beurs? En zo los je een aantal uitdagingen op.
- Tenslotte als het echt niet duidelijk is en er zijn vaagheden. Geen nood, doe zelf een suggestie. Dit kan een laatste redmiddel zijn om van een klant en of verkoper nog signalen los te krijgen.





Je ziet het eenvoudiger kan niet in de aankoop. Maar ook toepasbaar in de verkoop. En zo snijdt het omzet mes weer eens aan twee kanten.

Dan de hogedrukverkoop uitknaller. Deze kun je gebruiken in de uiterste nood. Loop de stand af, keer vlak voordat je de stand verlaat nog een keer om en zeg:

Ik verkeerde in de veronderstelling dat ik precies heb uitgelegd wat mijn behoeften waren en wensen zijn. Wat doe ik verkeerd?.

Je zal merken dat de verkoper ontspannen wordt, deze was al even niet meer op zijn of haar hoede. De kans is nu groot dat je hoort waarom niet of waarom wel. Deze psychologische truc voor aankoop en verkoop biedt vaak nieuwe suggesties en dat geeft weer nieuwe kansen.

Kortom; je hoge verwachtingen kunnen leiden tot een drukke aankoop. En denk eraan: er zullen altijd meer dwaze kopers zijn dan verkopers.

Afhankelijk van de grootte en professionaliteit van een organisatie worden verschillende stappen in een verkoop traject doorlopen.

Het traject bestaat uit:

- oriënteren op de concurrenten voor het product
- oriënteren op de klanten voor het product
- oriënteren op de beslissingsnemers binnen het klantsysteem; de DMU; decision making unit
- promotie maken bij potentiële klanten
- aanbieden van offerte aan klant
- onderhandelen met klanten over inkoop- en Verkoopvoorwaarden
- opstellen van een (raam)contract met een klant
- bestelling ontvangen
 - opdrachtbevestiging met verkoopvoorwaarden
- goederen of diensten leveren aan klant
- factuur opsturen naar klant met verkoopvoorwaarden
- ontvangst van betaling van klanten

Bij een verkoop tussen een bedrijf en een consument worden meestal enkele stappen overgeslagen. Op een markt worden producten verkocht en meteen betaald. In de fase tussen oriënteren en raamcontract wordt er minder formeel onderhandeld.

