

5 Tips voor meer overtuigingskracht in je verkooppresentaties

Het is een hele klus om je product of dienst op effectieve wijze aan klanten te demonstreren.

Heb je wel eens een standwerker in actie gezien? Standwerkers zijn ware meesters in het demonstreren van hun producten. De methoden van de standwerker zijn er op gericht:

- eerst interesse voor het product op te wekken,
- vervolgens de begeerte aan te wakkeren,
- dan pas te verkopen.

In de praktijk van veel verkopers gaat het er anders toe. Ze presenteren razendsnel hun product of dienst. Helaas leent een eerste gesprek (of het begin er van) met een prospect zich zelden voor een verkooppresentatie.

Om een effectieve verkoopdemonstratie te kunnen geven moet je eerst weten wat de behoeften van de prospect zijn en of hij deze belangrijk genoeg vindt om samen met jou naar oplossingen te kijken.

Begin dus nooit met een demonstratie als je nog niet goed weet wat de behoeften van de prospect/klant zijn en of deze behoeften ook werkelijk urgent zijn. Het is vergelijkbaar met geblinddoekt pijltjes gooien naar een dartsbord!

De juiste aanpak

Onderzoek eerst de wensen en behoeften van de klant of prospect. Pas daarna spreek je over, of demonstreer je, jouw product of dienst. Om de vergelijking met het werpen van pijltjes door te trekken: je begint pas met pijlengooien als je precies weet waar de roos zich bevindt. Hierbij onderscheiden wij vier stappen:

- Herhaal de belangrijkste behoeften van de klant.
- Demonstreer je product of dienst op zo'n manier dat je antwoord geeft op de vragen van de prospect.
- Visualiseer je product of dienst en betrek de ander in de presentatie.
- Lok reacties uit; stel vragen.

Denk hierbij aan de SPIN methode.

1. De belangrijkste behoeften van je klant

Door te beginnen met de behoeften van de prospect/klant toon je aan goed te hebben geluisterd. De prospect voelt zich gewaardeerd. Het is de eerste noodzakelijke stap richting een succesvolle verkooppresentatie. Vanaf nu zit de prospect op het puntje van zijn stoel, want je spreekt uitsluitend over dingen die hem interesseren!

2. Geef antwoord op de vragen

Het spreekt vanzelf dat je de demonstratie (of presentatie) volledig structureert rond de behoeften van de prospect/klant. Sleep er geen zaken bij waar de ander geen interesse in heeft.

Menig verkoop loopt in het honderd doordat de verkoper eindeloos kletst over voordelen waar de klant helemaal niet op zit te wachten.

Met ongevraagd voordelen noemen loop je nog een ander risico. Stel dat de klant het voordeel niet belangrijk vindt? Dan kan hij denken: 'Ja maar, daar wil ik niet voor betalen!' Je lokt op die manier prijsbezwaren uit.

3. Visualiseren

Mensen denken vooral in beelden. Laat je product aan de ander zien en spreek in beelden. Dat is nog belangrijker bij diensten. Diensten zijn niet tastbaar. Maar dat betekent niet dat de prospect zich geen beeld kan vormen van zijn ideale situatie.

Schets een beeld van de toekomst! Vroeger had je die reclames van Zwitserleven waarin telkens het Zwitserleven gevoel werd verduidelijkt: zonnige oorden en precies te kunnen doen en laten waar je zin in hebt.

De prospect ziet het als het ware al voor zich en voelt de warmte van de zon op zijn huid. Er is weinig fantasie voor nodig om deze methode ook in andere situaties toe te passen.

4. Het juiste gevoel

Laat de ander voelen en genieten. Stel je verkoopt campers. Natuurlijk kun je die mooie camper presenteren in de showroom. Niets mis mee. Het kan beter...

Een verkoper had enorm succes met een hele andere aanpak. Hij reed met zijn prospects in de camper naar een schitterende omgeving bij hem in de buurt, trakteerde ze vervolgens op een heerlijke picknick en ondertussen gaf hij tekst en uitleg. Hij was de beste verkoper in zijn bedrijf, zowel in tijden van economische voorspoed als in tijden van economische malaise!

Betrek de ander bij de presentatie. Als hij het zelf kan doen, laat hem dan zijn gang gaan. Dat overtuigt veel meer dan een geoliede presentatie. De prospect/klant merkt dan zelf hoe het werkt en neemt het als het ware al in gebruik.

Wat zou een mogelijkheid kunnen zijn voor Summery Cosmedical Group?

5. Stel vragen

Betrek de prospect bij de presentatie door regelmatig vragen te stellen. Dat kunnen hele simpele vragen zijn:

- Wat vindt u hiervan?
- Hoe zou dat in uw situatie helpen?
- Hoe voelt de zitting van uw stoel?
- Is dit wat u zoekt?

Zoek telkens naar bevestiging en laat het de ander vertellen. Hierdoor overtuigt de prospect zichzelf van het nut van de aankoop en tik je achter elkaar de orders in.