



**ARNO DIEPEVEEN**  
is professioneel xsellerator™  
[www.royaldutchsales.com](http://www.royaldutchsales.com)

# 7 Zekerheden

Verrassend hoeveel er wordt geïmproviseerd als ik een eindbaas of verkoopbaas vraag naar zijn idee, strategie en executie van de 7 zekerheden van salessucces. En als je ergens weinig beeld bij hebt, word je er in de regel niet beter in. En dat blijkt, want bedrijven die hun salesinspanningen baseren op deze zekerheden scoren binnen een jaar 32% beter dan zij die het nalaten.

## RELATIONS

Klinkt gek, maar in salesland wordt nauwelijks aandacht besteed aan relaties. Verkopers zouden zich van boven naar beneden moeten bewegen. Referring down, heet dat in jouw jargon, ja. Hoeveel van die verkopers heb je in de gelederen? Schrikken, niet? Dan ken je nu de belangrijkste oorzaak van de altijd weer tegenvallende forecast.

## REPUTATION

Reputatie is hoe er door klanten over je wordt gedacht. En hoe kun je je reputatie nou verbeteren als je niet weet wat klanten van je vinden? Verkopers vragen zelden feedback. Marketing wel. Die heeft de Net Promoter Score omarmd en valt klanten onbeperkt lastig met die ene vraag, maar nooit met het antwoord in hoeverre ze hun dienstverlening hebben verbeterd.

## REFERRAL

Executives negeren 92% van de op hen afgevuurde salescalls. Ze reageren daarentegen in 84% van de gevallen op referrals. Tel daarbij op dat gerefereerde klanten sneller, meer en tegen hogere prijzen kopen, langer klant blijven en loyaler zijn en verbaas je met me dat de hedendaagse verkoper geen referralstrategie heeft en er ook niet op wordt afgerekend.

## REPEATING

Bijna niemand koopt iets maar één keer in z'n leven. Grote kans dus dat je klanten jouw spullen misschien nog wel eens een keer gaan kopen. En verkopers doen er na de deal zo'n beetje niks aan om ervoor te zorgen dat de koop zich gaat en blijft herhalen. Want de verkoper is te druk met z'n target dichtticken. Snel door naar de volgende klant. Want er moet verkocht worden.

## REVENUE

Sales meet je op omzet en niet op winst. Want waarom zou je verkopers op winst afrekenen als ze uitsluitend winstgevendende dingen verkopen? Het punt is dat verkopers te kleine dingen bij te kleine klanten verkopen. Iedere verkoper die daar een handje van heeft, solliciteert impliciet bij inside sales. Gefeliciteerd met je nieuwe job, autoloze verkoper.

## REBOUND

Klanten die jouw genereuze aanbod afslaan omdat ze denken dat het gras bij een ander groener is, komen ooit weer in de situatie dat ze denken dat het gras bij jou groener is. Verkopers houden zelden contact met klanten die 'nee' hebben gezegd of afscheid hebben genomen. Verander dat en begin ruim voor het einde van de lifecycle weer op hun poort te kloppen.

## REPETITION

Herhaling van alle goeie dingen is iets wat nauwelijks in de praktijk wordt gevolgd. Het risico daarvan is dat je dan ook de dingen herhaalt die niet goed gaan. 'Pattern recognition' is onderdeel van het nieuwe verkopen. Herken waar je wat het beste kunt en je weet welke markt of niche je kunt domineren. Als bedrijf en als verkoper. ●