



ARNO DIEPEVEEN
is professioneel xsellerator™
www.royaldutchsales.com

Just do it

Ik vermaak me kostelijk op mijn tocht door het Hollandsche saleslandschap anno 2014. Laat me je drie symptomen voorschotelen waar worstelende salesforces en hun bemanning dagelijks mee te maken hebben.

Winnen is een gewoonte

Je kent het wel: er gaat iets een pipeline in en het komt er nooit meer uit. Het kenmerk is dat iedereen daar druk mee is. De verkoper schrijft en presenteert de ene na de andere kansrijke offerte en zadelt de hele organisatie op met projecten die voor het merendeel toch kansloos blijken. Wat doe je als je structureel zeven van de tien wedstrijden verliest? Met dezelfde spelers door blijven spelen in dezelfde opstelling onder de bezielande begeleiding van dezelfde coach? Dacht het niet. Nee, maar wat dan wel? Nieuwe coach en toptalent van buitenaf aantrekken. Basta. "Winning is a habit. Unfortunately, so is losing." (Vince Lombardi) En iedereen die apathisch genoeg neemt met het merendeel verliezen, laat je gaan. Is dat nou zo moeilijk?

Superverkopers scouten

Over toptalent aantrekken gesproken; da's een blinde vlek voor veel salesbazen. Zucht, steun, kreun, hoe kom ik aan verkopers die de sterren van de hemel verkopen? Liefst zonder inwerken vanaf dag één. Ach en wee, wat zijn ze schaars, met een lampje te zoeken en meer van dat huilie-huilie jargon. Zie je het dan niet? Je bent het spiegelbeeld van je weemoedig klagende verkopers die nauwelijks klanten kunnen vinden die bereid zijn snel, veel, duur en vaak

te kopen. Wake up, amigo! Er zijn genoeg superverkopers. Alleen jij kent ze niet. En aan wie ligt het dat ze niet en masse voor jouw toptent kiezen, denk je? Aan die superverkopers? Salesbazen met verkopers die consistent verkopen, zul je nooit horen klagen. Snap je nu waarom?

Zinvolle aandacht

De 80/20-regel ken je wel: 20% van het cliënteel staat borg voor 80% van de omzet. En die wordt dan weer gerealiseerd door 20% van de verkopers die dat met 20% van de producten doet. Het management besteedt 80% van zijn tijd aan dingen die er nauwelijks toe doen. Zo'n 80% van alle opportuniteiten blijkt kansloos en 80% van de aandacht en het budget gaat naar de verkopers die een schamele 20% van het resultaat opbrengen. En dat is allemaal helemaal niet zo erg. Dat zijn percentages waarvan we weten dat we er tegenaan gaan lopen, ermee te maken krijgen. Het is alleen verwerpelijk en ronduit incompetent als je er als salesen eindbaas nul strategie op trekt om die percentages om te buigen.

Ik beloof je dat als je vanaf nu een meedogenloze focus op bovenstaande drie disciplines hebt, de resultaten door het dak zullen gaan. Het vraagt om een doel, een plan, superverkopers, aandacht op de 20% en een extreme executie die met een militaire precisie wordt uitgevoerd. Meer is er niet voor je te doen. Je kunt jezelf wijs blijven maken dat allerlei andere dingen ook heel belangrijk zijn. Maar dat is niet zo. Besteed hier vanaf nu 100% van je tijd aan. Jij bent de baas. Toch? ●