



ARNO DIEPEVEEN
 Professioneel xsellerator™
www.royaldutchsales.com

Sales- meditatie

Ga voor deze column eens rustig zitten: voeten op de vloer, ogen dicht. Haal diep adem en laat alle gedachten die opkomen aan je voorbijgaan zonder er betekenis aan te geven. Doe dat net zo lang totdat je een serene rust in je voelt opborrelen. En als je zover bent, gaan je ogen weer open, lees je verder en geef je antwoord op basis van wat er spontaan bij je binnenkomt. Als je alle vragen op de onderstaande vier onderdelen kort en bondig weet te beantwoorden, word je zonder enige vorm van inspanning gezien als 'a man with a mission'. En je zult 't niet geloven, maar die verkopen zonder uitzondering allemaal als een dolle. Mocht je de antwoorden ter plekke moeten bedenken, niet (zeker) weten of zelfs geen enkele aanleiding zien om erover na te denken, dan ben je zo goed als zeker een uitgebluste verkoopziel. Anyway, zet jezelf in de serene modus en shoot; als je moet gaan nadenken over een antwoord ben je af.

1 WHY Waarom doe je de dingen die je doet? Waar kom je je bed voor uit? En bij ieder antwoord vraag je opnieuw: 'Waarom?' Om je target te halen? Waarom? Omdat je dan een goed inkomen hebt? Waarom? Omdat je dan de hypotheek van je doorzonunit kunt betalen? Waarom? Omdat je dan het ultieme gevoel van vrijheid ervaart. Wow! Maar belangrijker nog: WAAROM kopen klanten? Waarom kopen klanten van JOU? Waarom kopen klanten NU van jou? Why You Now?

2 WHAT Wat heb je vanuit je zingeving uit de vorige vraag de wereld te bieden? De gemiddelde

verkoper begint anno 2015 nog steeds de superioriteit van z'n eigen bedrijf en product te promoten, maar dat staat gelijk aan commerciële *harakiri*. Vertel het niet vanuit je bedrijf, maar vanuit jezelf: wat is de waarde die jij te bieden hebt? En zolang er op je antwoord gezegd kan worden dat anderen dat ook doen, kun je dan in één zin zeggen waarom je dat tien keer beter doet dan anderen?

3 WHO Aan wie verkoop je? Dat heet in salestermen 'kwalificeren'. We hebben geleerd om dat tijdens een gesprek te doen, maar dan ben je al te laat. Laat ik het anders vragen: wat is het profiel van een klant die bereid is meer voor jouw services te betalen dan wat je ervoor vraagt? Dat zijn klanten die inzien dat niets doen of iets anders doen kostbaarder is dan nu 'ja' tegen jouw onnavolgbare propositie te zeggen. Is lastiger dan de meeste bazen denken.

4 HOW Als je op voorgaande vragen vanuit je eerste *chakra aka* vanuit het niets antwoorden hebt gegeven, zit je goed. Dan nu de laatste vraag: hoe ga je met jouw missie die door jouw gedroomde 'man op de maan' krijgen? Hoe ga je jouw unieke wereld veroveren? In de uitgave van december vorig jaar heb ik in Zeven Zekerheden een blauwdruk van een winnende strategie uitgewerkt (scan hiervoor de QR-code). Deze kan als leidraad dienen om de why, what & who retesuccesvol in de markt te zetten. ●

