Proactief verkopen met peper in je reet



Ingrid van Sloun

Proactief verkopen **met peper in je reet**

Ingrid van Sloun

COLOFON

Auteur:
Ingrid van Sloun | SpiceUpBiz

Grafisch Ontwerp:
Maureen Nikkessen | Studio Done, Swalmen

Afbeeldingen:
Depositphotos, Pexels en Freepik

Eerste druk:
September 2021

Druk:
DPN Rikken, Nijmegen

Uitgeverij:
Paris Books

ISBN 978-94-93191-62-4
NUR-code: 802

© 2021
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt, door middel van druk, fotokopie, microfilm, of op welke andere wijze ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van uitgeverij Paris Books, Prins Hendrikstraat 28, 2411 CT Bodegraven.
No part of this book may be reproduced in any form by print, photoprint, microfilm or any other means, without written permission from Paris Books, Prins Hendrikstraat 28, 2411 CT Bodegraven.



Bron: Laker via Pexels

INHOUD

	Voorwoord	6
	Dankwoord	9
1	Inleiding	13
2	Lead en prospect	16
3	Voordeel van bellen	20
4	Wat is een doelgroep?	25
5	Propositie	31
6	Angst	43
7	Plan-Do-Act	63
8	Combineer de telefoon met online activiteiten	71
9	Wat als je het even niet meer weet?	79
10	Waarde toevoegen en een goede relatie opbouwen	82
11	Wat doet het binnenhalen van referenties met je mindset?	87
12	Hoe ga je aan de slag met businesscases?	91
13	Hoe pak je de leadgeneratie op?	105
14	Strategie	113

15 LinkedIn en Sales Navigator 123
16 Netwerken 132
17 Mix oude en nieuwe salesfunnel 143
18 Doorbreken van gewoontes 146
19 Plan je werk 150
20 Wat is een sales professional? 157
21 Samenwerken met anderen 160
22 Nieuwe kansen in een nieuw jaar 165
23 Het gebruik van een crm-systeem en andere tools 168
24 De inzet van social selling 170
25 Wie mag in je funnel? 177
26 Van nee naar ja 183
27 Evenwichtige mix van klanten 186
28 Je medewerkers motiveren 195
29 Wat zijn je doelen? 204
30 Kwaliteit wordt erkend 212

Inspiratiebronnen 216
Referentie(s) 219

VOORWOORD

Over de auteur

Ingrid van Sloun is ondernemer in hart en nieren. En met peper in de reet! Ze is geboren in Born (born in Born) boven de toonbank van de toenmalige drogisterij van haar vader. Daar leerde ze al vroeg het salesvak. Met meer dan 35 jaar ervaring helpt haar bedrijf SpiceUpBiz andere bedrijven met strategie, sales en marketing, zodat ze kunnen groeien.

Groeiprogramma

Daartoe heeft Ingrid een speciaal groeiprogramma ontwikkeld. “Vanaf dag één ervaren bedrijven dat ze meer communiceren met klanten en prospects dan ooit tevoren. Dit is de manier om ze proactief te laten verkopen en hun omzet te verhogen. Daarnaast zijn marketing en social media niet meer weg te denken als salesaanjagers”. Maar welke tool gebruik je, en wanneer? En hoe zorg je ervoor dat elke euro die je in een tool stopt ook daadwerkelijk resultaat oplevert? Ingrid weet er alles van.

Proactieve houding en mindset

Wat ze ook zeker weet: groeikansen liggen voor het oprapen. Dan moet je wel met een flinke snuf peper in je reet aan de slag gaan. Je moet in elk geval vooral geen angst hebben. Een proactieve houding en mindset geven je extra energie en verlossen je van de gedachte dat klanten en prospects je *‘misschien niet zo leuk vinden’.* Want je gaat je klanten helpen met respect en geloof in jezelf en hen dus

niet iets aansmeren. Met die houding heb je steeds minder moeite met je salesinspanningen. Die verlopen meer en meer vanzelf.

Waarom dit boek?
Dit boek maakt je beter in sales. Het bevat verschillende strategieën en handvatten. Iedereen die een salesfunctie heeft, loopt wel eens tegen de vraag aan wat nu de juiste weg is om te volgen en hoe je die het snelst kunt vinden. Ingrid wijst je die weg. Zij laat je duidelijk zien hoe een proactieve houding en mindset daar in sterke mate toe bijdragen.

> Om te beginnen: sales is de belangrijkste bedrijfsafdeling

De marketingafdeling zal deze stelling niet leuk vinden, maar toch. De salesafdeling is de bedrijfsmotor en houdt alles draaiende. Want zonder klanten is het nu eenmaal lastig om te ondernemen. Zonder salesafdeling is er geen omzet, en die omzet is keihard nodig om met alle medewerkers een goed bedrijfsresultaat te behalen.

Opbouw van het boek

Allereerst start ik met een uitleg van leads en prospects, om vervolgens aan de slag te gaan met wat essentieel is: je eigen mindset. Vervolgens ga ik in op bestaande en nieuwe klanten en op de vraag hoe je jezelf aan tafel leert te verkopen. Daarnaast is het stellen van doelen superbelangrijk. Als je namelijk niet weet waar je naartoe wilt, ben je een ongeleid projectiel. Daarom verdiepen we ons ook daarin om uiteindelijk te komen waar we willen zijn. Ik neem je graag mee in mijn werkwijze en deel ik mijn ervaringen over een periode van 35 jaar op het gebied van sales en marketing.

DANKWOORD

In de eerste plaats wil ik meneer Hol van Holbox bedanken, die me leerde wat de kern van acquisitie is: volhouden en vooral blijven volhouden. Dat geldt ook voor Roel Schreurs en Sylvia Curfs, die in mijn new business team werkten bij Holbox. Zij hebben me laten inzien dat ik een echte 'hunter' ben, dat ik blij word van het zoeken naar nieuwe klanten. Bij Holbox leerde ik dat je steeds door de aantallen heen moet. Gewoon hard werken, met je prospects en klanten in gesprek blijven om uiteindelijk steeds aan tafel te mogen komen als er zich een nieuwe kans voordeed. Minder afspraken betekende toen minder sales, dus het was zeker belangrijk om in te zetten op een continue stroom van leads. Er was nog geen internet, het belangrijkste instrument was de telefoon.

Broodjesbar

Ik wil ook mijn leermeester Maurits Horbach bedanken voor zijn inzichten in het Sandler Selling System. Voor mij is dat nog steeds het meest interessante training- en coachingsysteem op salesgebied. Sandler heeft een methodiek die er steeds van uitgaat dat je het verschil moet maken aan tafel en open en eerlijk moet communiceren. When you feel it say it gently, is een van de uitspraken die ik graag gebruik als ik ergens aan tafel zit. Die uitspraak heeft er voor mij met name voor gezorgd dat ik meer open ben gaan communiceren met prospects en klanten.

Dit boek was er ook niet gekomen zonder mijn dochters Bo, Pien en Lois. Zij hielpen me in het huishouden en deden boodschappen. Met name bij het stellen van doelen 'gebruik' ik mijn dochters graag als vooruitzicht om samen met hen iets leuks te gaan doen. Ik doe bijvoorbeeld elke dag tien telefoontjes, en als ik dat dan vijftig dagen achter elkaar heb volgehouden ga ik met de hele familie ontbijten bij Van der Valk. Iedereen houdt me aan dat doel en dat zorgt ervoor dat ik dat zeker haal. En wanneer ik geen tijd had om te koken, belde mijn vriend Pé gewoon de broodjesbar. Zonder jullie was dit allemaal niet gelukt. Daarnaast geef ik mijn hondjes een extra knuffel. Zij liepen graag een rondje met me als mijn hoofd overliep en zetten mijn gedachten weer op de juiste plek.

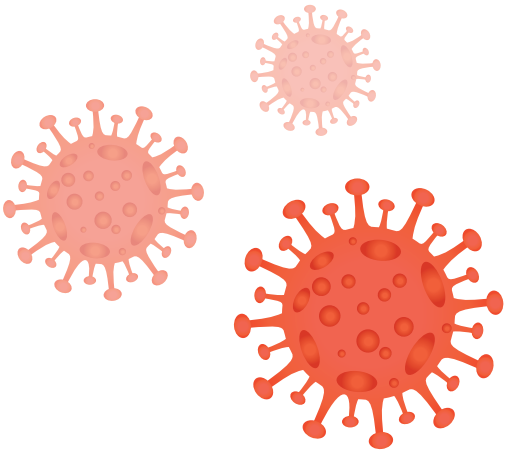
Ongezouten kritiek

Simone Hallmanns, Marjo Van Neer, Ton Tognolli en Roy Engels gaven me met alle plezier ongezouten kritiek als ik de verkeerde richting insloeg. En Jos Saris bood me de kans om deel te nemen aan Flevum Executive, waardoor ik in contact kwam met echt grote bedrijven en veel inzichten heb opgedaan tijdens zijn workshops die in dit boek aan de orde komen. Interessante inzichten gaven me verder René Lebens, Yvonne Paulussen, Vivian Mengelers en mijn coach Veronique Mucha, Berend Bouwmeester en Martijn Kerkhof, mijn Raad van Advies, die me aanhoudend pushte om door te gaan: het is me gelukt!

Heel wat uurtjes doorgewerkt

Ik bedank ook degenen die mijn script hebben gelezen. Mijn buurvrouw Jolanda Greve en Hannah, van wie ik niet eens de achternaam weet omdat ik haar heb gevonden op Fiverr, en nogmaals René Lebens, die samen heel wat uurtjes hebben doorgewerkt om dit tot een leesbaar boek te maken. Ook alle overige medewerkers van SpiceUpBiz moeten hier worden vermeld vanwege hun extra steun tijdens de dagelijkse gang van zaken. Sanne geef ik een apart compliment voor haar steun en tomeloze loyaliteit. Ik bedank mijn netwerk en iedereen die me dagelijks uitdaagt, helpt en stimuleert. En natuurlijk bedank ik Pascal Panis, die me heeft geholpen dit boek vlot leesbaar te maken.

Tot slot bedank ik de coronacrisis. Want als die er niet was geweest, had ik nooit de tijd gevonden om dit boek te schrijven.



Bron: Freepik



Bron: Laker via Pexels

1 INLEIDING

Of je nu een nieuwkomer bent in het salesvak of al verder bent gevorderd: dit boek draagt ertoe bij dat je een ruimere kijk krijgt op je verkoopkansen en hoe je die kunt verzilveren. Daartoe komen onder meer diverse technieken aan bod. Tegelijkertijd stimuleert dit boek je om die verkoopkansen daadwerkelijk op te pakken en aan te pakken. Om jezelf peper in je reet te stoppen op de momenten dat je dat nodig hebt. Zodat proactiviteit en effectiviteit (weer) hand in hand gaan.

Ik deel mijn jarenlange ervaringen op salesgebied met je en reik je handvatten aan, maar jij hoeft mij natuurlijk niet te zijn. Anders gezegd: volg de aanpak die het beste bij jou past. Dat straal je vervolgens ook uit naar de buitenwereld. Zo vind je ook de prospects en klanten met wie je op één lijn zit. Daardoor verlopen je salesinspanningen gemakkelijker en aangenamer.

Ben je er klaar voor? Dan gaan we nu samen op weg naar nog betere verkoopresultaten en een nog betere omzet. Actie!


SALES



Bron: Depositphotos