

LEUREN LANGS DE DEUREN

Is het “gezeur” langs de deur of ... hebben we te maken met de aloude oervorm van verkoop die weer opnieuw bestaansrecht lijkt te krijgen in de huidige markt met ‘bel me niet’ registers en andere obstakels in het bereiken van de particuliere klant?

De beroepsgroep van verkopers bestaat uit mensen van diverse pluimage, waaronder de harde kern van mannen en vrouwen die zijn begonnen als deur-aan-deurverkopers. Ikzelf behoor tot deze laatste groep en terugdenkend aan die tijd kan ik achteraf zeggen dat dit één van mijn mooiste ervaringen is geweest. Velen ervaren het als vervelend omdat je het woordje “nee” natuurlijk heel wat vaker te horen krijgt dan “ja”. Wat maakt het dan zo mooi? Juist die uitdaging om van een ‘nee’ een ‘ja’ te maken.

DE HUID VAN EEN OLIFANT

Voor de deur-tot-deurverkoop moet je enkele speciale skills bezitten om succesvol te zijn. Één van die skills is het bezitten van een olifantenhuid. Prospects zijn geneigd om je “af te poeieren”, zo moet je het beschouwen, waardoor velen van ons hun hoofd laten hangen en met steeds minder enthousiasme bij de volgende “deur” aan durven te bellen.

Nee, zie het als een uitdaging, elke deur is een kans op een nieuw gesprek! Laat u niet ontmoedigen door een “NEE” maar neem dat juist als uitgangspunt om elke keer de uitdaging aan te gaan om er een “JA” van te maken.

ACHTER IEDERE DEUR EEN NIEUWE KANS!

Achter elke deur wacht een nieuwe kans om opnieuw te beginnen en te leren van de vorige ervaringen! Besef goed hoe u het gesprek gaat openen. Vraagt u of de prospect nu tijd heeft? Of begint u meteen een heel relaas over uw product of dienst, die uw prospect misschien helemaal niet nodig heeft. Nee, “keep it short en simpel” is het motto. Stel vragen, kom erachter wat uw prospect bezighoudt, of uw product of dienst een voordeel geeft voor hem of haar! Begrijp uw klant, snap zijn bezwaren. U verkoopt niet zomaar ijsklontjes aan een Eskimo, u moet hem eerst uitleggen dat het geneeskrachtige ijsklontjes zijn die hem veel voordelen opleveren, zoals een lang en gezond leven.

VOORBEREIDING

Voorbereiding is een essentieel onderdeel van het behalen van succes. Ga na in welke plaats, buurt, straat men behoefte zou kunnen hebben aan uw product of dienst. Weet waar u aanbelt, kijk om u heen en leer van wat u waarneemt in de buurt. Is het een

jonge gezinnen buurt of zijn het juist ouderen bijvoorbeeld. Wat zijn de usp's van uw product of dienst. Met andere woorden, wat kan ik ermee en waarom zou ik het niet in een winkel gaan halen? Hoe ziet u zelf eruit? “Staat” er echt iemand, of staat er zo maar iemand? Klanten beslissen in een luttel aantal seconden of ze het gesprek met u aangaan of niet.

Het tijdstip van aanbellen is belangrijk, onder het eten kan erg vervelend zijn, de klant maakt dan weinig tijd voor u! Is uw gesprekspartner de beslisser of moet hij of zij nog eerst overleggen?

DE KLANT ALS AMBASSADEUR

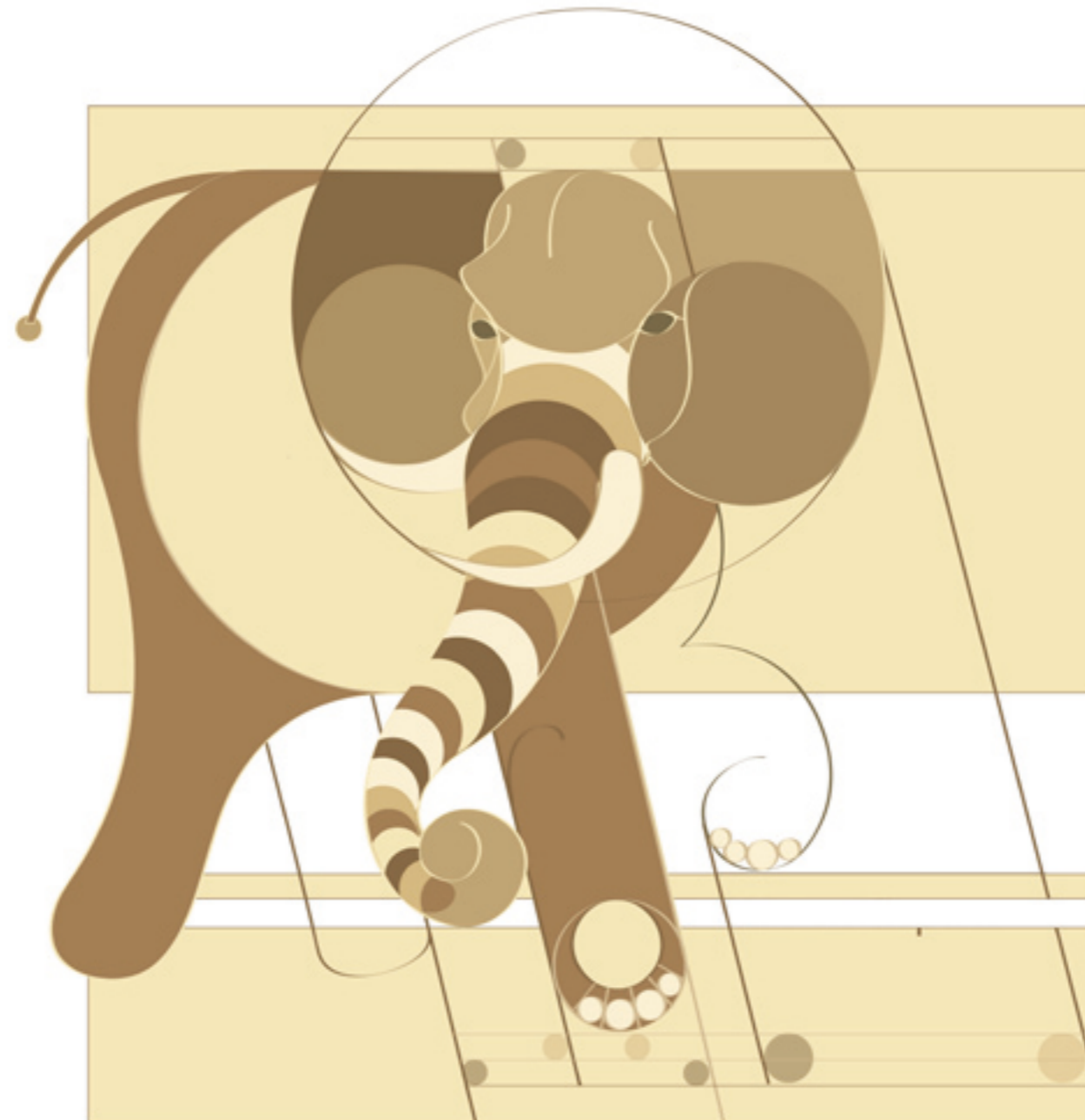
Laat als u succes heeft de klant als ambassadeur voor u werken, vraag altijd of er familie, vrienden of kennissen in de buurt wonen

waar u aan het werk bent, die ook interesse hebben in uw product of dienst. Of gaat u gewoon van huis naar huis, van straat naar straat en van buurt naar buurt? Dan mist u de kracht van de ambassadeur. Nee, ik verkocht in die tijd bruin- en witgoed, zoals tv's, video's, koelkasten en wasmachines. Deze apparaten kon men huren of leasen. Bij ieder succesvol gesprek en dat hoefde niet perse een verkoop te zijn, zorgde ik ervoor dat ik minimaal vijf adressen mee kreeg die ik dan weer bezocht en zo werkte mijn klant als een ambassadeur voor mij! Ik had het makkelijk en mijn komst werd aangekondigd!

GEEF CADEAUTJES

Nederlanders zijn gek op het krijgen van cadeautjes, geef wat weg, alleen al voor het gesprek. Zorg dat uw klant zich gewaardeerd voelt door uw vragen te beantwoorden.

Want wanneer hij uw vragen beantwoordt krijgt u input om uw product of dienst onder de aandacht te brengen.



TEAMS

Is het nu leuker om alleen te lopen of loopt u liever in een team? Voor mij is dat een vast gegeven, je moet lopen in een team. Want zo kunnen u en uw collega's elkaar stimuleren om er een succes van te maken. Daarbij is het toch veel leuker om je ervaringen met elkaar te delen, van elkaar te leren.

WANNEER JE KUNT DELEN KUN JE OOK VERMENIGVULDIGEN

Deel je ervaring, geef de ander mee hoe hij of zij ook succesvol kan zijn. Dat maakt het leuk en plezierig. Wat is er nou leuker dan een team met vijf gemotiveerde en enthousiaste collega's. Geniet van wat je doet, maak lol. Want één ding telt, wanneer je lol hebt en enthousiast bent straalt je dit uit, en zoals u wellicht weet “emotie is besmettelijk”, dus als u enthousiast bent dan wordt uw klant dat ook. Zo mocht ik op een warme zomerdag als nieuwe verkoper van mijn aardige collega een deur overnemen omdat er een prachtige vrouw in een bikini zou open doen. Helaas voor mij was het een man in een zwembroek met de baard van Sinterklaas. Toen de deur open ging, stond ik stomverbaasd te kijken en kwam er alleen nog maar euh... euh... Nee, de verkoop werd niets meer maar door deze lol hebben we met z'n allen een topmiddag en -avond beleefd en de verkoop was meer dan we ooit hadden behaald.

VALKUILEN

Natuurlijk bestaan er bijna te veel valkuilen om op te noemen, maar een paar wil ik u er toch niet onthouden. Het is belangrijk om een vergunning te hebben en deze ook aan uw klant te kunnen tonen. Zorg dat het bedrijf te vinden is op internet. Weet en geef aan dat uw product of dienst onderhevig is aan de colportagewet, dus uw klant kan er binnen zeven dagen zonder problemen altijd weer vanaf. Maak van al deze dingen een voordeel en wees overtuigd van uw product of dienst en bedrijf!

MAAK UW PRESENTATIE UNIEK

Vraag uw klant of u binnen mag komen, want eenmaal binnen hebt u de gelegenheid uw presentatie te geven. Maak uw presentatie uniek, laat de klant voelen dat hij of zij het product of dienst niet kan missen. Bedank de klant voor zijn of haar tijd, wees geduldig en luister. In eerdere artikelen is hier al veel aandacht aan besteed, alleen degene die goed kan luisteren heeft de order. Want een klant vertelt zelf al wat belangrijk voor hem of haar is. Door juist hierop in te spelen wordt het verlangen van de klant om het product of dienst te krijgen alleen maar groter, bedenk “telling is not selling”.

Wie deze lessen uit de praktijk toepast en er zelf op blijft doorbouwen zal merken dat de deur-aan-deurverkoop een sport op zich is waar nog steeds goede resultaten mee kunnen worden behaald als je het juiste product koppelt aan de juiste prospects. Veel succes!

Auteur: Jeroen Swiers (www.stc-trainingen.nl)

Redactie: Jan-Willem Seip (www.vendicum.nl)