

ACQUISITIE IN 5 MINUTEN

EEN SPOEDCURSUS ACQUIREREN EN NETWERKEN

Het fort uit de zeventiende eeuw lag er nog rustig bij. Alleen een twintigtal mensen waren in de weer met voorbereidingen. Over een uur zou het hoofdgebouw van het fort gevuld zijn met ruim 160 ondernemers en account-managers die een netwerkevent zouden gaan bezoeken. De opbrengst van de middag ging naar een goed doel en de aanwezigen hadden er zin in. Als u niet een van deze 160 was, dan krijgt u toch de inhoud van een van de parallelsessies mee die daar werd gegeven: Effectiever netwerken en acquireren.



TIPS

Wat de aanwezigen van de parallelsessie in 25 minuten leerden, kunt u ook door dit artikel te lezen in nog geen vijf minuten. Dit artikel bevat veel tips. Meer dan u morgen kunt uitvoeren. Toch zult u ook open deuren lezen, dus zaken die u allang weet. Daar heb ik mijn deelnemers in dat fort nog voor gewaarschuwd. Vergelijk dit met een uitgebreid buffet in een restaurant. U ziet daar vis liggen, salades, pasta's, vlees, groente, friet, gebakken aardappels. Als u niet van vis houdt, dan laat u die links liggen. Als de pasta er goed uitziet, dan scheidt u dat op. Zo ook met deze tips. Tips die u niets doen of al kent, negeert u gewoon.

NETWERKEN

De sessie begon met een zogenaamd 'anagram' van het woord netwerken. Ik heb het woord netwerken uitgewerkt in:

Nagaan wat u voor een ander kunt betekenen

Eigen netwerk in kaart brengen (top 10)

Train uzelf om de ander te willen helpen

Werp u eerst op de relatie dan pas op zaken

Elevator pitch onweerstaanbaar kunnen vertellen

Relaties met elkaar in contact brengen

Kom afspraken na, volg op!

Ik wilde dat dit het vertrekpunt was van het beeld dat er heerst rondom het begrip netwerken. Een van de deelnemers wilde graag het woord authenticiteit toevoegen, omdat dat zo belangrijk is tijdens het netwerken.

BALANS

We leven in een Calvinistisch landje. "Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg." En: "Wie zijn kop boven het maaiveld uitsteekt,..."

Dit zijn wat voorbeelden hiervan. Ook 'in balans' hoort hierbij. Als ik meneer Jansen iets geef, dan reken ik er heimelijk wel op dat hij iets voor me terugdoet. Er spelen hier dus belangen en de belangeloosheid is vaak ver te zoeken. 'Laat dit eens los!' riep ik mijn gehoor toe. Iemand bovenin regelt (via een omweg) wel dat u uw deel krijgt. En als u vindt dat u alleen maar aan een ander heeft gegeven en niet van hem of haar heeft terugontvangen, maak dit dan bespreekbaar of stop met geven. Het is zaak dat u netwerken en zakendoen leuk mag vinden. Het moet goed voelen.

SUCCESSFACTOREN

De parallelsessie ging verder. Het gehoor kreeg nu succesfactoren en voorwaarden voorgeschoteld om effectiever nieuwe klanten en opdrachten binnen te halen:

1. Vertrouwen (hier begint het mee)
2. Creëer een top 10 of 25 van warme relaties die u aan business helpen én u aan hen
3. We hebben 2 oren en 1 mond; gebruik deze zintuigen ook in deze verhouding
4. De Sociale Media zijn een welkome aanvulling op het klassieke zakendoen
5. Stop met leuren van uzelf, en zorg ervoor dat u de markt aantrekt
6. Wees een vuurtoren en zichtbaar (zie mijn artikel hierover in SalesExpert nummer 8, 2011)
7. Doe de achterdeur dicht, zodat klanten niet weglopen. Dit wil zeggen: koester uw bestaande klanten en geef ze aandacht. Dit lichtte ik toe:

Onvoldoende aandacht voor bestaande klanten, hoe onbedoeld dan ook, is funest volgens marketingexpert Jay Curry. Uit onderzoek

is namelijk gebleken dat de totale marketing- en verkoopkosten bij bedrijven gemiddeld twee tot vijf keer zo hoog zijn per nieuwe klant als bij bestaande relaties. Hij adviseert om voor twintig procent te investeren in nieuwe klanten en voor tachtig procent aan bestaande klanten te spenderen. Een andere expert (drs. Hans Molenaar) zegt hierover: "Mijn advies is altijd: kijk naar je potentiële topklanten. Dat zal waarschijnlijk 20% zijn en besteed daar meer dan 50% van je tijd aan en probeer deze uit te bouwen door hun problemen als eerste op te lossen en proactief te benaderen, en organiseer af en toe iets door deze toelaties bij elkaar te brengen (denk aan klantenpanels). Probeer voor de andere klanten alles zo efficiënt mogelijk in te richten (binnendienst en internet)."

HET 3V-MODEL

Het 3V-model houdt in Vind, Vervloek en Vergeet. In het Engels het 3F-model: Find, Fuck & Forget. Werk volgens dit principe als u van korte termijn relaties met uw klanten houdt. U scoort een klant, verdient er ten koste van de klant geld aan en vervolgens laat u de klant in zijn eigen sop gaar koken. Geen aandacht geven werkt daarbij heel goed. Het tegenovergestelde is al uitgevonden: Vinden Binden Boeien. Daar hebben we wel beelden bij. Waarom kom ik het nog zo vaak tegen dat heel veel bedrijven zo druk zijn met nieuwe klanten scoren terwijl de achterdeur openstaat en klanten weglopen? Ook snappen veel medewerkers nog steeds niet dat de klant diens salaris betaalt. Ik vroeg dat een keer aan een niet-klantgerichte medewerkster aan de andere kant van de lijn. Op mijn vraag wie haar salaris betaalde, antwoordde ze doodleuk: "Mijn baas." Intelligent antwoord toch? Met zo iemand kan een bedrijf de oorlog winnen. De bestaande klant moet veel meer gewaardeerd worden en voorrang krijgen boven de nieuwe klant. Bedenk niet alleen acties om nieuwe klanten te lokken, maar leg zeker ook uw bestaande klant in de watten met het 4A-model > Acties, Aandacht, Afspraken nakomen en Alert reageren!

PRAKTISCHE TIPS OM NIEUWE OPDRACHTEN TE VERWERVEN

- Lever goed werk af;
- Vraag om een nieuwe klant bij uw bestaande tevreden klant;
- Bel elke week (bijvoorbeeld) 5 prospects;
- Wees vindbaar op het www;
- Word zichtbaar(der);
- A A A I de ander. Aandacht op maat, Alert reageren, Afspraken nakomen en Initiatief nemen en houden (bron: Mario Bierkens);
- Word de held van de klant, omdat deze 's avonds op een verjaardag met veel lof over u spreekt;
- Geef gratis kennis weg op de Social Media;
- Focus op kansrijke 'projecten'/waardeer ze op!;
- Bepaal uw conversie (1:3) en waardeer deze op;
- Zorg voor een gevulde pijplijn;
- Maak gebruik van 'vrije publiciteit'.

DOE EENS GEK

Zijn de vorige tips te gewoontjes voor u? Denk dan eens aan de volgende ideeën:

- Barterdeal (ruilhandel);
- Waardebepaling achteraf;
- Doe een haalbaarheidsstudie;
- Organiseer een ondernemers-blind-date;
- Open coffee;
- Bedenk iets om zintuigen te prikkelen.

OUT-OF-THE-BOX-VRAAG

De deelnemers van mijn parallelsessie werden halverwege de sessie nog uitgedaagd met deze vraag: **Hoe boek ik in 2012 100% meer omzet door 50% minder hard te werken?** Neemt u eens vijf minuten voor uzelf de tijd om deze vraag te beantwoorden ...

NETWERKFEITEN

Ik eindigde de parallelsessie met wat netwerkfeiten:

- Realiseer u dat u door NU te starten met effectief netwerken, u over ca. 1 JAAR de vruchten kunt plukken;
- Zet alle opdrachten van afgelopen jaar op een rij en denk na hoe u eraan bent gekomen;
- Bereid u voor op een netwerkbijeenkomst door vooraf af te spreken (bijv.) "Ik wil André spreken + 3 nieuwe mensen ontmoeten";
- Zet uw zendkanaal op Twitter en tijdens het fysieke netwerken eens uit en zet uw radar op 'ontvangen'. De ander bloeit op;
- Verpak uw boodschap zo, dat anderen deze makkelijk kunnen doorvertellen (omdat ie zo goed blijft hangen);
- Ook al verkoopt u het beste product, bent u zeer uniek of scherp geprijsd: Als er geen chemie is, wordt het niks;
- Stuur de ander een berichtje na een ontmoeting, zonder om handel te vragen. Gewoon een bedankje;
- In deze tijd bent u wat u deelt, vroeger was u wat u bezat;
- Ga op zoek naar contacten die u aan nieuwe klanten kunnen helpen in plaats van op zoek te zijn naar nieuwe klanten.

Ik kreeg een seintje dat ik moest afronden. Zowel de startende ondernemer/accountmanager als de gevestigde orde hadden als een spons de informatie opgezogen, druk aantekeningen makend. Het was aanpoten, want 25 minuten vliegen om. Voordat ik het wist, zat de volgende groep er al en heb ik deze workshop voor de tweede keer gegeven. Wat heb ik toch mooi werk!

Auteur: Jan-Willem Seip | Oefenmeester in Klantcontact