Sales & Dreams
Your road to success

Toprelaties in no-time met de SELL®-methode

How to be the person everyone wants to be with!

Ine Van Hofstraeten

Dit E-boek is opgedragen:

aan iedereen die meer uit het leven wil halen!

GEEF nooit, nooit, nooit op!

Disclaimer:

Bij het samenstellen van dit e-boek is de grootste zorg besteed aan de juistheid van de hierin opgenomen informatie.

Ine Van Hofstraeten kan echter niet verantwoordelijk worden gehouden voor enige onjuist verstrekte informatie in dit e-boek.

BELANGRIJK!

Je mag dit e-boek gratis weggeven aan wie je maar wilt.

Het e-boek mag uitsluitend in deze vorm worden verspreid. Het is niet toegestaan de inhoud en/of opmaak te wijzigen, of informatie uit dit e-boek op een andere wijze te gebruiken.

Ontdek nog meer gratis e-boeken, producten en artikelen op www.topverkopertips.be & www.passievoorschrijven.be

Inhoud

Persoonlijke boodschap voor jou! 4
SEARCH FOR YOUR CLIENT NEEDS 6
EARN CREDIBILITY 11
LOVE YOUR CLIENT 15
LOVE YOUR PRODUCT 19
Tot slot
En dan: aan de slag!
Over mezelf

Persoonlijke boodschap voor jou!

JOUW klant = JOUW relatie = JOUW partner

Jij hebt altijd gelijk

Wat jij denkt is waar. Als je denkt dat je het niet kan dan zal je gelijk krijgen. Maar als jij ervoor kiest om er volledig voor te gaan, dan kan het niet anders dan dat jij jouw doel bereikt. Je hebt doorzettingsvermogen nodig om door te gaan als het even tegenzit.
Wie jij nu bent verschilt van de persoon die jij zal zijn als je een topverkoper bent. Je zal dingen moeten loslaten en je zal ze moeten vervangen door iets nieuws. En er is maar één iemand die jou de toestemming kan geven om dat te doen. En dat ben jijzelf. Niemand anders.

Jij bent de creator van jouw leven. Neem de verantwoordelijkheid voor wat jij wilt bereiken want niemand anders kan die stap voor jou zetten. Stop met wachten. Er is geen beter moment dan vandaag!

Een toprelatie met de SELL®- methode

- ➔ ***S(earch for your client needs)***
- ➔ ***E(arn credibility)***
- ➔ ***L(ove your client)***
- ➔ ***L(ove your product)***

Hoofdstuk 1

SEARCH FOR YOUR CLIENT NEEDS

Hoe zoek je naar wat hij nodig heeft?

Stel vragen om te weten wat hij nodig heeft

Aandachtig zijn en luisteren is het begin van alle wijsheid. Stel duidelijke vragen. Je wilt weten wat hij nodig heeft. Jij bent een brug tussen hem en zijn doelen.

Echt aanwezig zijn

Als je zoekt naar de behoeften van je klant moet je aanwezig zijn. Zorg dat je echt aanwezig bent. Niet alleen met je hoofd maar ook met je lijf. Wat jij uitstraalt wordt ontvangen en komt terug.

Waarom zoek je naar wat hij nodig heeft?

Wat jij wilt is niet belangrijk

'Heb je wel een oplossing?' Je wilt doelgericht advies geven en daarom moet je eerst weten wat hij nodig heeft. Als je iemand wilt helpen moet je weten waar hij behoefte aan heeft. 'Wat ga je vertellen als je niet weet wat hij nodig heeft?'

We zijn allemaal vol van onszelf

Iedereen praat graag over zichzelf. We vertellen het aan iedereen die het wil horen. Maar als je wilt dat mensen met je praten, bij jou willen zijn en met jou willen samenwerken dan moet je stoppen met praten over jezelf. Praat met hem over hem.

Zet je ego opzij en laat dat van je klant spreken. Hij is het allerbelangrijkste.

Behoefte van de klant kan steeds veranderen

Wakker blijven is de boodschap

Wijs hem op de veranderende behoeften. Als de behoeften van je klant veranderen moet je het weten om te kijken of je oplossing nog steeds aansluit bij wat hij wilt. Zorg dat je zeker bent dat wat je hoort juist is.

Een behoefte kan altijd veranderen. Maar als je het hem niet zegt, is hij er zich niet van bewust.

Je kan nooit in je zetel liggen slapen

Als je het niet doorhebt sla je de bal mis. Jij komt met verkeerde argumenten want voor hem gaat het daar al lang niet meer over. Je verliest je geloofwaardigheid want je denkt niet meer mee en je klant haakt alsnog af. Blijf dus altijd in dialoog. Luister naar wat er gezegd wordt. Blijf vragen en afstemmen op wat je klant wilt zodat jouw oplossing aansluit bij wat hij wilt.

Wat doen als hij niet weet wat hij wil?

Stel jezelf in zijn plaats en denk na over wat belangrijk zou kunnen zijn voor hem. Som je sterke punten op, vertel hem wat jij voor hem kan betekenen en vraag of dat belangrijk is.

Verplaats je in zijn denkwereld

Vaak klappen mensen dicht als ze niet weten wat ze willen. Dan moet jij met antwoorden komen. Geef hem verschillende mogelijkheden. Maak een lijst met al jouw voordelen en argumenten. Je vormt ze om in vragen en gaat de lijst één voor één af. Waar je een 'ja' op krijgt onthoud je. Vorm deze vragen terug om in argumenten en gebruik ze bij het voorstellen van jouw product.

Wat als je geen oplossing hebt?

Doorverwijzen als jij geen meerwaarde kan bieden

Herformuleer zijn behoeften en laat ze passen in wat jij te bieden hebt of verwijs hem door naar een collega die wel heeft wat hij nodig heeft. Je hebt altijd een keuze en alles hangt af van wat jij wilt bereiken.

Negentig procent van de verkopers zullen koste wat het kost iets willen verkopen en zullen iets aanbieden wat de klant niet echt nodig heeft. Je krijgt een klant die zich bedrogen voelt.

ACHT KLANTENBEHOEFTEN

1. Begrip en empathie

Je wilt sociaal overkomen en de 'onaardige' sticker wil je liever niet opgekleefd krijgen. Maak er werk van om te voldoen aan één van je klant zijn basisbehoeften: 'het creëren van begrip en empathie'.

'Ik wil dat je me begrijpt'

Je klant wil begrepen worden. Hij wil dat je begrijpt wat hij zegt en niet alleen verstandelijk. Hij wil jouw begrip, ook als hij iets vraagt dat misschien onmogelijk is. Hij wil dat jij begrijpt dat dat voor hem echt belangrijk is. Zeg nooit dat wat hij wilt onmogelijk is.

2. Eerlijkheid

Alle maskers af

Partners zijn eerlijk tegen elkaar. Je kan elkaar vertrouwen en je werkt aan je relatie. Je weet wat je aan elkaar hebt en je bent eerlijk in wat je doet. Je liegt en bedriegt niet. Je wilt op elkaar kunnen bouwen. En als je het verknoeid dan kan je je fouten toegeven.

3. Controle

Iedereen wil belangrijk zijn of superieur zijn en het laatste woord hebben. Tenminste weten dat hij invloed had op het resultaat. Elke klant wil controle hebben over jou, de uitkomst en de oplossing.

Een maatschappij van controle freaks en perfectionisten

De hele mensheid wil controle hebben. Er is een reden waarom er duizenden cursussen zijn om controle te leren loslaten. Je hebt niet alles in de hand. Er gebeuren dingen die je niet kan controleren. Als verkoper moet je nederig zijn. Je klant wil de uitkomst bepalen.

Egotrippers moeten een ander beroep kiezen

Zet je ego opzij. Als je echt de controle wil hebben over iets, zoek dan een hobby. Als het je frustreert om in een verkoopsgesprek niet de uiteindelijke beslissing te hebben dan weet je niet waar het in verkoop om draait. Je adviseert en je helpt hem bij het maken van zijn beslissing.

4. **Snelle bereikbaarheid**

'Ik haat wachten'

Kriebels krijg ik ervan. Je belt naar iemand die je dringend nodig hebt en vervolgens krijg je iemand aan de lijn die je niet kan helpen. Je wordt een half uur in de wacht gezet voor je eindelijk iemand aan de lijn krijgt. Ik haat wachten.

Zorg voor een rechtstreeks aanspreekpunt

Zorg dat mensen weten bij wie ze moeten zijn en voor wat: bij de receptie, bij jou of bij een technische dienst als jullie ook herstellingen doen. Zet het op je website en je visitekaartje. Maar zorg dat ze jou snel kunnen bereiken en dat ze een aanspreekpunt hebben.

5. **Duidelijk informeren en communiceren**

Laat je klant niet verhongeren

Als je niet duidelijk bent blijven mensen op hun honger zitten. Je laat ze achter met twijfels en vragen. Je houdt iets achter, bewust of onbewust en bent niet duidelijk geweest. Als jij weggaat bij je potentiële klant moet je vragen of alles duidelijk is. Laat geen kansen liggen.

6. **Werken met de expert**

Het geeft een goed gevoel te kunnen samenwerken met de expert. Als jij een expert bent komen mensen naar je toe. Je bent betrouwbaar en je blinkt uit in wat je doet. Mensen

voelen zich goed bij jou want ze weten dat ze in goede handen zijn. Er is niemand beter dan de expert.

Specialiseer jezelf

Als je ziek bent en je de keuze hebt om naar je huisdokter of naar een specialist te gaan kiezen de meesten de specialist. Zelfs je huisdokter zal je doorverwijzen naar de specialist als je specifieke problemen hebt.

7. **Snelle levertijd**

Planning is alles

Leveringen kan je plannen maar je moet organiseren. Als je weet wanner je iets kan verwachten dan bereid je je daar op voor. Time is money. Hoe sneller je iets hebt, hoe beter. Als jij vanaf dag één laat weten wanneer je klant het kan verwachten schep je duidelijkheid.

8. **Klantvriendelijkheid**

Een verbinding tussen jou en hem

Zorg voor een connectie. Iedereen heeft nood aan een vriendelijk woord. Als je iets niet kunt, zeg het dan. Als je iets verkeerd hebt gedaan, geef het dan toe. Los het op en doe het beter. Als je een steek laat vallen maak je het goed en zorg dat het niet opnieuw gebeurt.

Hoofdstuk 2

EARN CREDIBILITY

GELOOF-WAARDIG

Je bent het waard

Als mensen je geloven ben je het waard maar je moet het eerst verdienen. Je bent het pas waard als je zelf gelooft dat je het waard bent. Het werkt dus in twee richtingen.

Blijf jezelf

Je bent pas een topverkoper als je er alles aan hebt gedaan om die ene klant binnen te trekken. Als jij jezelf blijft ben jij het waard om voor te kiezen. Dat kost tijd en geduld en het vraagt van jou om een stap verder te gaan en altijd meer te doen.

Wat jij moet doen om geloofwaardig over te komen

Een beslissing wordt gemaakt in de eerste 90 seconden

Alles begint met bewustzijn. Het begint met wat je zegt en wat je doet. Weet dat wat jij doet en wat jij zegt geïnterpreteerd wordt door die ander. Vijfenzeventig procent van de gunning van de opdracht vindt plaats op het begin van het gesprek. Klanten beslissen in de eerste negentig seconden of ze je moeten of niet.

Je mag het eens 'niet weten' … maar kom erop terug

Je bent verkeerd. Het niet weten, mag. Maar zoek het antwoord op en kom erop terug. Verzin het niet. Zorg dat je zeker bent van wat je zegt. Als ooit uitkomt dat jij hebt gelogen nemen ze jou niet meer serieus. Antwoord eerlijk als iemand iets vraagt. Wees integer en eerlijk over wat je doet en wie je bent.

Waarom wil je geloofwaardig overkomen?

Hij gaat op jou bouwen

Je wil geloofwaardig overkomen zodat mensen op je gaan bouwen. Zodat mensen jou gaan vragen wat het beste is voor hen en hun applicaties. Dan kan jij hen met raad en daad bijstaan.

Win zijn vertrouwen en toon respect

Behandel iedereen met respect. Win zijn vertrouwen door de waarheid te spreken en kom altijd op tijd als je een afspraak hebt.

Je gaat door een vuur voor iemand die je vertrouwt

Je behandelt iemand met respect omdat je zelf zo behandelt wil worden. Als iemand de vloer met je veegt, wil je niet met hem werken. Je zal nooit voor hem kiezen of voor hem door een vuur gaan.

Als iemand je vertrouwen beschaamt, een mes in je rug steekt of jou passeert zal je niet met hem willen samenwerken.

Je verkoopt altijd eerst jezelf

Hij is niet geïnteresseerd in jouw product

Ze zien eerst jou en niet je product. Als je geen respect geeft, krijg je dat ook niet terug. Als je niet te vertrouwen bent omdat je liegt en bedriegt dan heb je 'dat' verkocht aan je klant. Als je niet geloofwaardig bent kan je het schudden. Jij verkoopt altijd eerst jezelf.

Wees oprecht

Zeg wat je meent en meen wat je zegt. Geef je fouten toe als je ze maakt. Arrogantie en oneerlijkheid zijn afknappers van formaat. Hou jezelf daar niet mee bezig want wat je uitstraalt krijg je terug.

Geef je fouten toe

Als verkoper moet je een kameleon kunnen zijn. Je moet je kunnen aanpassen aan verschillende karakters en veranderende behoeften. Zorg dat jouw karakter, jouw gedachten en jouw verhalen hetzelfde blijven. Je klant wil weten wie hij voor zich heeft.

Doe wat je belooft

Belofte maakt schuld

Als je een afspraak hebt, kom je op tijd. Zorg dat je iets vroeger bent om tot jezelf te komen. Als je zegt dat je gaat bellen, bel dan. Als je belooft om een mail te sturen doe dat dan. Er is niets zo vervelend als mensen die vanalles beloven maar uiteindelijk niets doen.

Steel nooit tijd van iemand

Als je te laat komt op een afspraak dan is het misschien niet erg voor jou. Maar de tijd van jouw klant is kostbaar. Je steelt tijd van iemand als jij te laat komt, tijd die hij had kunnen besteden aan iets anders.

Verdedig jezelf nooit

De aanval is de beste verdediging

Zorg dat mensen jou niet kunnen aanvallen. Dek jezelf in. Zorg dat je alle mails hebt beantwoord, dat je iedereen hebt teruggebeld en dat je altijd op tijd komt. Doe wat je zegt en zeg wat je doet.

<u>VIER MANIEREN OM JOUW GELOOFWAARDIGHEID TE VERHOGEN</u>

1. **Likeability**

The L-factor

Iedereen heeft een L-factor die bij anderen positieve of negatieve gevoelens oproept. Hoe hoger jouw L-factor, hoe groter jouw kans op succes.

Als het wat minder gaat en je niet de omzet haalt die je wilt of je hebt problemen thuis en het leven steekt gewoon tegen dan heb je twee keuzes. Of je laat je de dieperik in trekken of je blijft positief en weet dat het morgen beter zal gaan.

2. Social Proof

Laat anderen jou de hemel inprijzen

Wat anderen over jou zeggen is duizend maal meer waard dan wat jij over jezelf vertelt.

Turn clients into ambassadors

Als één iemand vertelt hoe goed een bepaald restaurant is, hou je het in je achterhoofd maar als plots tien vrienden jou aanraden om te gaan, wordt het 'social proof'. Die tien vrienden kunnen het niet allemaal mis hebben. Jouw geloofwaardigheid gaat met sprongen vooruit als jouw 'happy clients' jou willen helpen.

3. Engagement

Als je klanten vraagt om ambassadeur te spelen versterk je jullie relatie. Als hij vertelt hoe goed jij bent, kan hij het niet maken om morgen een ander verhaal te verkondigen.

4. Reciprocity

'Give smart'

'Give first and keep giving.' Als ik jou iets geef en blijf geven zonder er iets voor terug te vragen, zal er een moment komen dat jij je schuldig begint te voelen. Je moet altijd eerst geven. Onvoorwaardelijk geven zonder er iets voor terug te hoeven. 'Give smart.' Als je iets geeft krijg je vroeg of laat altijd een 'dank je'.

Hoofdstuk 3

LOVE YOUR CLIENT

Fall in love with your client

Mensen zijn op zoek naar win-win situaties

Als je je klant niet kan uitstaan zal je dit uitstralen. Je gaat een lange termijn relatie aan. Als je enkel denkt aan korte termijn verkoop zal je succes ook van korte duur zijn. Mensen zijn op zoek naar win-win situaties en naar een betrouwbare partner.

Creëer rapport

Spiegel zijn lichaamshouding

Eén van de meest magische dingen in het verkoopgesprek is rapport maken. Het betekent niets anders dan spiegelen wat de ander doet. Wij hebben onbewust de neiging om anderen na te doen als we die ander mogen. Twee mensen die op “dezelfde golflengte zitten”, spiegelen elkaars lichaamshouding voortdurend.

Leer je klant echt kennen.

Breid je mensenkennis uit

Als je makkelijker wil verkopen is het een goed idee om je klant eerst te leren kennen. Als verkoper werk je samen met mensen. Hou je niet van mensen word je beter geen verkoper. Jouw ultieme doel is je mensenkennis vergroten. Je bent geïnteresseerd in zijn familie, zijn wensen en zijn dromen. Als je interesse hebt in iemand luister je want iedereen wil gehoord worden. Jouw prioriteit is te weten komen wie er voor je zit. Je wilt hem leren kennen. Het verkopen komt vanzelf.

Be yourself

Maak echt contact

Contact maken is heel belangrijk als je wilt verkopen Als je echt contact maakt met de persoon die voor je zit maak je het persoonlijker. Mensen die een masker dragen sluiten zich af van zichzelf en van de wereld. Als je je afsluit van de wereld kan niemand tot bij jou geraken. Als je iets wilt verkopen, moet je echt contact maken met je klant.

Je verkoopt eerst jezelf

In verkopen verkoop je altijd eerst jezelf. De rest volgt vanzelf. Als mensen jou sympathiek vinden is de rest bijzaak. Probeer iets meer van jezelf te laten zien. Jij bent het waard om gezien te worden. Jij bent het waard om hier rond te lopen. Op het moment dat je dat gelooft zal de wereld zich openstellen voor jou.

Luister naar de klant

Zwijg tot het jouw beurt is om te spreken

Jezelf openstellen doe je als je echt naar je klant luistert. Als je hem het gevoel wil geven belangrijk te zijn, luister je naar je klant. Je zwijgt tot het jouw beurt is om iets te zeggen. Je wilt weten wat je klant wilt van jou, van je product en van je dienst. Dat kan je niet horen als je zelf continu aan het woord bent. Als je luistert open je jezelf. Iedereen wil gehoord worden.

Schrijf op wat hij zegt

Jouw taak is om te luisteren en af te stemmen op wat hij wil. Schrijf iets op om te tonen dat wat hij zegt interessant is. Schrijf belangrijke dingen op zodat je ze onthoudt.

Geef hem een goed gevoel over zichzelf

Geluk trekt geluk aan

Kopen is wat er gaat gebeuren als jij ervoor zorgt dat je klant zich goed voelt, over zichzelf, over jou, over je product en je bedrijf. Hij wil dat je terugkomt en snel ook. Want als jij je goed voelt wil je dat dit gevoel zich herhaalt.

Doe niet arrogant

It's not about 'the kill' – it's about 'the relationship'

'De baas' spelen wil iedereen. Maar als je wilt verkopen kan je dat beter niet doen. Stel je voor dat jij de klant bent en iets wilt kopen. Dan wil je om te beginnen eerst een leuk gesprek en een leuke relatie hebben met iemand. Ga jij als verkoper alleen voor 'the kill' en is 'een relatie opbouwen' niet aan jou besteed dan kan je ervan op aan dat je klant zal kopen bij iemand die dat wel wilt doen.

Help je klant en adviseer

Geef hem de vrijheid

Vrijheid is één van de belangrijkste dingen die mensen nastreven in het leven. Het is de vrijheid om keuzes te maken.

Als je je klant de keuze laat om een beslissing te nemen en hem de jouwe niet opdringt geef jij hem de vrijheid.

Zet de mogelijkheden op een rijtje

Als je iemand helpt zet je jezelf op gelijke voet met de ander. Als je hem jouw oplossing opdringt ontneem je hem het recht en de vrijheid om te kiezen uit de mogelijkheden die jij hem voorschotelt.

Word een adviseur voor iedereen die je ontmoet en mensen zullen terugkomen.

De gunfactor

Maak van elke klant een vriend

Als je vrienden hebt, kom je veel verder in het leven. Vrienden wil je terugzien want je houdt van hen. Je hebt hen graag en het belangrijkste van al: Je gunt hen iets. Als je klant je graag heeft gunt hij je de order. Het ultieme doel van een topverkoper is elke klant tot een vriend maken.

Wat doe je als je hem niet leuk vindt?

Je hebt niet hard genoeg gezocht

Zoek iets wat je leuk vindt. Er moet iets zijn. Praat met hem en luister naar wat hij te zeggen heeft. Kijk rond in zijn bureau. Zie je foto's van kinderen, een partner, een hobby gebruik dit dan. Alles wat je kunt vinden, gebruik je om zijn vertrouwen en zijn aandacht vast te houden.

Boven de grijze massa uitstijgen door niet te willen uitstijgen

Klanten kiezen voor de verkoper die het meest "mens" is. Veel verkopers willen zich onderscheiden van de rest. Ze willen uitstijgen boven de grijze massa. Doe dit nou niet maar wees één van hen. Maak deel uit van hetzelfde team en probeer samen met hem de match te winnen. Dan zal je echt uitstijgen boven je concurrenten.

Bedank je klant

Anders ben je een gestampte boer

Als je je klant bedankt geef je hem een goed gevoel over zichzelf. Het is een vorm van beleefdheid. Hoe moeilijk is het om 'dank je wel' te zeggen?

Als je iets krijgt bedank je de ander. Dit wordt er al van kinds af aan in gepompt. Je krijgt een snoepje en je zegt: "DANK U". Als je het niet uit jezelf zegt, trekken mama of papa wel aan je oren.

Waarom bedanken verkopers hun klanten dan niet als een klant iets besteld?

Hoofdstuk 4

LOVE YOUR PRODUCT

Maak een opmerkelijk product

Waarom 'overdelivering' een ster van je maakt…

Laat ze jou nooit meer vergeten. 'Overdeliver', door altijd iets extra te doen voor je klant. Doe nooit aan 'overselling'. Verkoop nooit iets wat je klant niet kan gebruiken. Er zijn 'deskundigen' die zeggen dat je altijd meer moet verkopen dan wat je klant nodig heeft want dat je anders geld laat liggen. Als je een offerte neerlegt en je klant zegt direct 'ja', heb je volgens hen geld op tafel laten liggen en had je er meer kunnen uit trekken.

Vergeet het! Als je klant achteraf beseft dat hij te veel heeft gekocht, voelt hij zich bedrogen. Verkoop alleen dat wat je klant echt nodig heeft.

Ken je product

Maar wat is er voor hem belangrijk?

Stel jezelf in de plaats van de klant en vraag je af wat hij wilt. Wat kan mijn product om aan zijn behoeften te voldoen? Wat zijn de pro's en contra's?

Bekijk het vanuit het oogpunt van de klant want als je jouw product al een tijd verkoopt wordt het een automatisme om erover te vertellen. Het is voor jou voorgesneden koek en je ziet de dingen niet meer zoals je ze zou moeten zien.

Je klant moet leren 'fietsen' met jou

Alles heeft voordelen en nadelen. Ken je product en stel je altijd in de positie van de klant. Denk aan een kind dat leert fietsen. Alles is nog nieuw. Het moet de wereld nog ontdekken. Het heeft nog nooit gefietst. Jouw klant heeft nog niet met jou gewerkt. Voor hem is alles nieuw. Voor hem ben jij nieuw. Laat daarom een verpletterende eerste indruk achter.

Je moet niet alles weten.

Je kan elk antwoord opzoeken

Op vragen terugkomen is geen schande. Je hoeft niet alles direct te weten. Maar als je het niet weet, zoek het dan op en kom er op terug. De meest voorkomende fout is het niet terugkomen op vragen die gesteld zijn en waarop jij geen antwoord wist.

Ken je concurrenten

Wat doen ze goed en wat kan beter?

Praat nooit slecht over je concurrenten. Vraag altijd aan je klant waar zijn huidige leverancier goed in is en wat er beter kan. Je kunt dit in jouw voordeel gebruiken door te focussen op jouw sterke punten. Gebruik dan net deze punten waarin je concurrent niet goed is.

Bundel jullie krachten en word nog beter

Vaak doet je concurrent iets waardoor hij enorm succesvol is of net niet. Gebruik deze informatie om jezelf te verbeteren. Verbeter wat momenteel niet werkt. Misschien ontdek je het gouden ei wel waardoor jij je kunt onderscheiden en je concurrenten ver achter je kan laten. Wees flexibel, pas aan waar het nodig is en wees niet bang om te veranderen. Je doet altijd iets goed maar er is ook altijd iets wat beter kan.

Zeg waarin jouw product verschilt

Waarom ze voor jou MOETEN kiezen

Verkopers geven vaak de gelijkenissen maar dat wil niemand weten. Waarin verschil jij? Wat doe jij anders? Wat kan jouw product meer en waarin ben je beter? Geef een reden om jou te kopen. Waarom zou hij jou moeten kiezen boven jouw concurrent? Prijs of levertijd is niet het enige. Blijf niet vaag maar geef mensen waar ze om vragen.

Geloof voor honderd procent in je product

Je kan het niet verkopen als je het zelf niet gelooft

Als jij niet in je product gelooft hoe wil je dan dat je klant erin gelooft? Als je echt geloofwaardig wilt overkomen zorg dan dat je volledig op je product vertrouwt. Test het zelf uit. Als je een toestel verkoopt, ga er dan eerst zelf mee aan de slag zodat je het vanbinnen en vanbuiten kent. Als je zelf met je product speelt dan zie je al gauw wat er beter kan en waar het schoentje wringt of wat formidabel is.

Als je twijfelt, verbeter het

Als jij het niet gelooft, je klant ook niet

Waarom twijfel je en is je twijfel wel gegrond? Als je twijfelt omdat je het niet genoeg kent of omdat je niet op de hoogte bent van de voor- en nadelen dan ligt het aan jezelf en dan twijfel je niet aan je product maar aan jezelf. Als je twijfelt omdat dingen niet goed zijn verbeter ze dan. Pas je product aan waar nodig. Verbeteren en aanpassen doe je om terug in je product te geloven.

Walk your talk

Vaak twijfelen verkopers omdat ze niet zeker zijn van zichzelf. Als je te weinig kennis hebt moet je er volledig in duiken. Je kunt geen sokken verkopen als je ze zelf niet draagt. Je kunt geen goede fritten bakken als je ze zelf nooit geproefd hebt. Het is onmogelijk om een opleiding te verkopen als je ze zelf niet gevolgd hebt.

Like Your Product

If you can't love it, Like it!

Je moet niet met je product in bed duiken. Je hoeft er niet van te houden of het als je geliefde te zien, hoewel dat altijd mag. Maar zorg tenminste dat je affiniteit voelt met wat je verkoopt. Zorg dat je het snapt. Dat je weet wat het kan en niet kan. Het moet jou interesseren . Als je IT en software haat, ga dan geen software verkopen want je zult je in

duizend bochten moeten wringen om het te kunnen verkopen omdat het je simpelweg niet boeit.

Waarom houden van je product van jou een topverkoper maakt.

‘Like, Believe, Love’. Drie magische woorden die van jou een topverkoper kunnen maken.

LIKE

Je moet affiniteit hebben met je product. Als je er niet geïnteresseerd in bent, zoek dan een ander product. Kijk eens naar jezelf als je de laatste twee jaar vijf keer van job bent verandert want dan scheelt er misschien iets met jou. Ga aan jezelf werken en zorg dat je de passie vindt in je leven.

BELIEVE

‘Believe in your product.’ Geloven is de tweede stap om echt succesvol te worden in wat je doet. Geloof in jezelf als verkoper. Jij hebt de nodige talenten in huis om het te maken en om mensen te overtuigen. Mankeer je nog vaardigheden, school jezelf dan bij. Volg een cursus om jezelf sterker te maken zodat je recht in je schoenen staat en je ding kan doen.

LOVE

En ten derde: ‘LOVE your product’ alsof het je lief is. Je staat ermee op en je gaat ermee slapen en je hebt het ervoor over om 's avonds door te werken als het overdag niet af geraakt. Je wil er met iedereen over praten en staat op beurzen om mensen te bereiken omdat het hen echt kan helpen.

De benefits van jouw product

Geef een reden om jou te kopen

Iedereen moet een reden hebben om iets te kopen. Iedereen moet zich verantwoorden, of aan een baas of aan zichzelf. Als hij jou kiest moet hij daar een goede reden voor hebben.

Zorg dat je een lijst hebt, op papier, met alle voordelen om jouw product te kopen. Geef een reden om ervan te houden.

Spreek erover met passie en enthousiasme

Laat een geweldige indruk achter

Je wilt je klant een goed gevoel geven. Je wilt dat hij jou herinnert. Spreek dan over je product met passie en overtuiging. Wees enthousiast. Als je het moeilijk vind, pep je dan op voor je binnen gaat. Kijk in de spiegel en zeg tegen jezelf: “Ik kan het! - Het is een geweldig product, ik ben er vol van en ik ga ervoor zorgen dat mijn klant dat straks ook is”.

Een dag zonder passie is een dag niet geleefd

Passie is belangrijk in al wat je doet. Als je geen passie voelt in je relatie blijft ze niet duren. Je zult het op een ander gaan zoeken want iedereen heeft passie nodig. Zonder passie ben je verloren. Passie laat je van het leven genieten. Enthousiasme doet energie stromen. Als je met passie en enthousiasme spreekt over wat jij verkoopt dan onderscheid je jezelf van de concurrent die met de meute mee loopt.

Wees niet bang om het aan te passen

Tijden veranderen

De tijd staat niet stil. We leven in een snel veranderende maatschappij waarin ieders behoeften continu veranderen. Je kunt het volgende dus maar beter onthouden: ‘Adapt or Die’. Zorg dat je flexibel bent en dat je kunt inspelen op veranderende behoeften.

Vastroesten in patronen

Mensen willen alles zo goedkoop mogelijk aan een zo hoog mogelijke kwaliteit. Zorg dat jij ruimte laat voor verbetering en dat je niet vastroest in jouw manier van werken. Als iets niet werkt verander het dan.

Je moet continu bijleren

Je moet je bijscholen

Blijf 'up to date'. Als je product verandert en er nieuwe snufjes op de markt komen zorg dan dat jij ze onder de knie hebt. Zorg dat je het weet als er iets verandert en zorg dat je het als eerste weet. Veranderingen moeten jouw klanten van jou horen en niet van een concurrent.

Open your mind

Als topverkoper moet je flexibel zijn. Je moet jezelf verdiepen in de laatste nieuwe snufjes. Alles verandert en als je liever blijft stilstaan ga je achteruit. Als je geen open geest hebt, zet je geest dan open.

Tot Slot

SELL® – levert jou succes

Elk resultaat dat je bereikt, volgt bewust of onbewust de SELL® methode. Als jij een klant voor jou wilt winnen zoek je eerst naar zijn behoeften. Je begint met 'Search for his needs'. Je stelt hem open vragen en laat hem aan het woord.

Als zijn behoeften duidelijk zijn moet jij hem aan jouw kant zien te krijgen. Jouw tweede stap is 'Earn Credibility'. Als hij jou niet gelooft zal hij nooit van jou kopen.

'LOVE your client' is absolute prioriteit als je ooit iets wilt verkopen. Als je hem niet waardeert en respecteert kom je geen stap verder.

'LOVE your product' onderscheidt jou van een doordeweekse verkoper die niet weet waar hij mee bezig is. Als je van jouw product houdt straal je dat ook uit. Jouw enthousiasme werkt aanstekelijk en overtuigt mensen ervan hetzelfde te doen.

Als het moeilijk gaat

Je kan altijd een slechte dag hebben. Het leven is nooit perfect. Je botst altijd tegen klanten op die jou niet moeten of die niet mee zijn met wat jij vertelt. Zet door en laat je niet tegenhouden door negatieve aanvallen van buitenaf of van binnenuit.

Elke tegenslag, elke 'nee' brengt jou dichter bij een 'ja'.

Volg het programma en je wordt een topverkoper

En tenslotte, geef nooit op! Je bent nu zover gekomen dat het spijtig zou zijn als je er verder niets meer mee doet. Je kan het gebruiken in elke situatie, je werk, je relaties,…

Jouw doelen bereiken zal vanaf nu veel gemakkelijker worden want je weet wat je moet doen om het te bereiken. Het enige wat jij moet doen is dit programma volgen, jouw doelen blijven visualiseren en dan word jij een top partner.

Be The Best you can Be…

Be a Best-Seller!

Be the Best Partner!

En dan: aan de slag!

Tot zover de tips om een toprelatie uit te bouwen met iedereen die je tegenkomt. Heb je zin gekregen om aan de slag te gaan? Meld je – *als je dat nog niet gedaan hebt* – op www.topverkopertips.be aan voor de nieuwsbrief. Je krijgt om de twee weken gratis tips in je mailbox.

Kun je nog meer ondersteuning gebruiken? Check dan het aanbod op de website:

Masterclass: De SELL®-methode in de praktijk -> *nieuwe data in Januari 2014*

Online Programma: Word een Topverkoper! -> *Kick off: Januari 2014*

Boek: Topverkoper in 20 weken *(vanaf 15 november 2013 in de boekhandel)*

Succes!

Ine Van Hofstraeten

Over mezelf

Ine Van Hofstraeten (1982) is Industrieel Ingenieur in de chemie, maar sloeg na haar studies een compleet andere richting in. Ze combineerde haar studies jarenlang met werk in de Horeca. Het is toen dat haar duidelijk werd dat chemisch onderzoek, alleen en afgesloten van de buitenwereld, niets voor haar was.

Ze besloot het beste van twee werelden te combineren en stapte na haar studies in Sales. Met haar chemische achtergrond adviseert ze klanten wat volgens haar de beste oplossing is voor hun probleem.

Naast verkoop is ze gepassioneerd door lesgeven. Ze houdt ervan mensen iets bij te leren. Ze is een goede leraar omdat ze complexe materie eenvoudig kan overbrengen. “Verkopen” staat niet in haar woordenboek. Ze wil mensen altijd adviseren. De rest komt vanzelf.

Met haar boek *Topverkoper in 20 weken* en het E-boek *Toprelaties in No-time met de SELL®-methode* wil ze startende verkopers en ondernemers naar topverkoop leiden.

Daarnaast is ze gepassioneerd door verhalen van andere mensen. Ze schrijft kortverhalen, teksten, gedichten en columns. Op basis van 3 woorden schrijft ze op 5 minuten een kortverhaal. Meer info vind je op www.passievoorschrijven.be.

Meer lezen?
www.topverkopertips.be
Boek: Topverkoper in 20 weken -> beschikbaar vanaf 15 november 2013!
Gratis topverkopertips, nieuwe Masterclass & het Online Programma vind je op de website.

Jouw reactie en vragen:
info@topverkopertips.be

Laat even weten wat je ervan vond!
http://www.topverkopertips.be/boek-topverkoper-in-20-weken/

Neem ook eens een kijkje op www.passievoorschrijven.be