

Cold calling voor beginners

Tips voor succesvolle telefonische verkoop

Met cold calling, een telefonisch eerste contact met potentiële klanten, kunt u snel in contact komen met veelbelovende prospects. Het is echter ook een manier van verkopen waarbij u vaak bot vangt. Met deze eenvoudige aanwijzingen kunt u de resultaten van telefonische verkoop duidelijk opvijzelen.

1. Wees lief voor de secretaresse

Veel verkopers zien de secretaresse als een obstakel dat je zo snel mogelijk moet zien te omzeilen. 'Waar gaat het over?', wil ze volkomen terecht weten. 'Nou, dat bespreek ik wel met je baas', luidt het antwoord kortaf. Fout! Veel secretaresses hebben een zesde zintuig voor verkopers, klagers en andere types die hun chef veel tijd gaan kosten. U komt er niet langs. Beter is het om een goede band op te bouwen met deze 'gatekeepers'. Wees belangstellend en vriendelijk en zorg er zo voor dat ze u een gesprek met hun chef gunnen. Ook kunt u alvast beginnen met het inwinnen van informatie bij de secretaresse. Een tip voor als het echt niet lukt: bel een maand later terug alsof u een kennis van de golfclub bent: 'Ja, Fred van Dijk hier,' klinkt het dan achteloos, 'kun je me Mirjam even geven?'

2. Overleef de eerste dertig seconden

De eerste dertig seconden van het gesprek zijn van vitaal belang. In die tijd moet u de aandacht van de klant trekken, anders hangt u. Die aandacht trekt u niet door een heel verhaal te beginnen over wat uw bedrijf doet en waarom uw producten zo fantastisch zijn, maar door iets te vragen of te vertellen dat direct van toepassing is op de situatie van de klant: 'Ligt uw e-mail verkeer wel eens plat?' Ook verwijzen naar winst of kostenbesparingen zijn 'triggers' om de aandacht vast te houden: 'Weet u dat uw energierekening met 20 procent omlaag kan?' Een beetje bluffen mag. U kunt het ijs breken door net te doen alsof u elkaar al eerder heeft gesproken: 'We zijn elkaar volgens mij laatst tegengekomen op de vakbeurs x.'

3. Stel slimme vragen

Vragen stellen blijft de belangrijkste activiteit in een verkoopgesprek. Ook als het u niet lukt om iets te verkopen, levert het inzicht op in de markt en in eventuele bezwaren. Begin met open vragen: 'In welke gevallen schakelen jullie uitzendkrachten in?' Ga daarna over op gesloten vragen: 'Hoeveel mensen hebben jullie nodig?' Ga hierna over op het verkoopaanbod.

4. Schrap de scripts

Scripts, waarin het hele verkoopgesprek en alle vragen

Laat u niet afgewimpelen



Pareer met succes wanneer u met onderstaande zinnen wordt afgewimpeld.

'Dat beslist mijn baas'

Vraag wie deze persoon is, wanneer deze bereikbaar is en bel terug.

'Ons budget is op'

U kunt ook gebruik maken van ons aanbod om later te betalen.

'Geen tijd'

Wees geduldig en begripvol. Let op de formulering: vraag niet óf u mag terug bellen, maar zeg dát u terugbelt en vraag alleen op welk moment. Bijvoorbeeld: 'Wanneer zal ik u terugbellen: vanmiddag om 16.30 uur of morgenochtend om 8.30 uur?'

'Wij doen zaken met de concurrent'

Vraag vriendelijk hoe dat bevalt en wat de sterke en minder sterke kanten van zijn product zijn. Leveren ze altijd op tijd? Zo nee: zou het niet handig zijn om een tweede leverancier achter de hand te hebben? Vraag ook tot wanneer het contract loopt. Tegen die tijd

tot op de komma staan uitgeschreven, zijn dodelijk. Het gevaar bestaat namelijk dat u de tekst letterlijk gaat oplezen. Wel is het verstandig om een paar kernpunten over het product op papier te zetten. U kunt bijvoorbeeld een matrix maken met op de ene as de producteigenschappen en op de andere de koopmotieven van de klant. Koopmotieven zijn overwegingen zoals prijs, gemak of status. Per koopmotief kunt u van het product dus het pluspunt noemen dat hier het best bij past. Uit het gesprek kunt u vaak al een aantal koopmotieven halen en anders vraagt u er gewoon naar.

5. Pareer weerleggingen

Tot zover klinkt het allemaal alsof elke klant die u aan de telefoon krijgt gewillig meegaat in het verkoopgesprek. Welnu, die kans is gering. U zult een zee van tegenwerpingen, smoezen, uitvluchten en afwijzingen over u heen krijgen. Maar een beetje verkoper is een volhouder. In het kader ziet u hoe u de meest gebruikte tegenwerpingen kunt pareren. Ga in ieder geval nooit in discussie over de bezwaren.

6. Stel bereikbare doelen

Ook de beste verkoper kan via de telefoon geen complete offsetpers aan de man brengen. Stel voor het verkoopgesprek bereikbare doelen: het maken van een offerte, een afspraak voor een kennismakingsbezoek of het toezenden van een productsample. Om daarna natuurlijk nog eens terug te bellen.

kunt u weer eens bellen.

'Stuur een brochure'

Dit is in feite een poging om van u af te zijn. Vraag naar welk onderwerp de klant belangstelling heeft. En kondig aan dat u op een bepaalde datum terug zult bellen, naar aanleiding van de toegezonden brochure.

'Ik moet er nog over nadenken'

Bedenk snel of er in het gesprek iets naar voren is gekomen waarover de klant misschien is gevallen. Vraag daarbij: 'Waarover wilt u nog nadenken? Is er iets dat ik misschien niet duidelijk heb verteld?' 'Wilt u nadenken over de prijs of over iets anders?'

'Geen behoefte aan product'

Blijf vriendelijk en zeg bijvoorbeeld: 'Ja, maar daar bel ik nu juist voor, want heeft u al eens bedacht dat...'

10 tips voor telefonische verkoop



Klanten zitten niet te wachten op een telemarketinggesprek. Ze zijn met iets anders bezig. Ze kijken naar de TV, zijn druk aan het werk of liggen lekker te luieren op de bank. En daar verschijnt u op het toneel als een dief in de nacht. Die eerste paar seconden van het gesprek zijn bepalend voor het vervolg.

1. Clichés zijn dodelijk!

Vermijd clichés in contacten met uw prospects. Een zin zoals: "Hoe gaat het met u?" kan dodelijk zijn voor het gesprek. Het klinkt amateuristisch en u loopt het risico een hele klaagzang te moeten aanhoren. Wees professioneel en beperk u tot de zaak waarover u met de prospect van gedachten wilt wisselen.

2. Instemming vragen

Zorg voor een goed gestructureerde openingszin. Hieruit moet meteen blijken dat het zinvol is om met u in gesprek te gaan. Sluit deze zin af met: "Mag ik u hierover een paar vragen stellen?" (eventueel gevolgd door: zodat wij samen kunnen bepalen of onze dienst / product voor u van belang is?"). Pas op met zinnen als: "Schikt het u dat ik bel" of "Bel ik gelegen?" Dat zijn clichés.

3. Toon enthousiasme

Wees altijd vriendelijk en enthousiast. Als u zelf al niet enthousiast bent over uw dienst of product, moet de klant het dan wel zijn? Zorg voor een enthousiaste glimlach. Zet desnoods een spiegeltje op uw bureau.

4. Luister!

Laat duidelijk merken dat u luistert. Vertaal de woorden van de klant in uw eigen vocabulaire en vraag om opheldering als iets niet duidelijk is. Geef tijdens het luisteren signalen dat u nog steeds aanwezig bent en dat u begrijpt wat de ander zegt. Gebruik hiervoor woorden zoals: ja, oh, natuurlijk, uiteraard en hm.

5. Pas op met scripts

Scripts hebben hun waarde bewezen in de praktijk van de professionele telemarketeer. Een script geeft een duidelijke structuur aan het gesprek. Maar pas op! Lees het script niet voor. De prospect hoort het meteen. Test u het eens voor uzelf uit: lees een tekst voor uit een boek en vertel vervolgens diezelfde tekst in uw eigen woorden. Het laatste klinkt veel natuurlijker. Mensen doen geen zaken met robots, wel met mensen van vlees en bloed.

6. Vertel wie u bent

Vertel altijd duidelijk wie u bent en wat u doet, ook al verwacht u niet dat de klant later terugbelt. Leid uw gesprek bijvoorbeeld in met: "Goedemorgen / middag u spreekt met [uw naam] van [bedrijfsnaam] eventueel gevolgd door specialisten in [uw specialisme]. Spreek uw naam rustig

en met enige nadruk uit. Op deze manier raakt de prospect met u vertrouwd en heeft u een betere ingang voor een volgend gesprek.

7. Wees zeker van uw zaak

Zorg voor duidelijk en krachtig taalgebruik. Vermijd woorden zoals: zullen, willen, wellicht, misschien, mogelijk, waarschijnlijk en meer van dat soort uitdrukkingen die aangeven dat u niet zeker bent van uw zaak.

8. Maak aantekeningen

Leg altijd een schrijfblok naast uw telefoon en maak tijdens het gesprek aantekeningen. Bij inkomende gesprekken schrijft u direct de naam van de beller op het schrijfblok. Heeft u de naam niet goed verstaan? Vraag dan of de beller zijn naam eventjes wil spellen. Wacht hiermee niet tot het einde van het gesprek want dat staat uitermate onprofessioneel. Noem de naam van de prospect enkele keren tijdens het gesprek. Mensen zijn er dol op hun eigen naam te horen.

9. Aanpassen is het toverwoord

Mensen doen alleen maar zaken met mensen waarmee zij zichzelf vertrouwd voelen. Een goede verkoper ontwikkelt hiervoor een speciaal gevoel en is in staat zich snel aan te passen. Spreekt de prospect langzaam? Temporiseer uw eigen spreektempo. Spreek net ietsje vlotter dan uw gesprekspartner. Spreekt uw gesprekspartner snel, voer dan ook uw eigen tempo op. Evenzo past u uw woordkeuze aan.

10. Reageer snel

Beantwoord altijd zo snel mogelijk de telefoontjes van uw prospects. Lukt het niet om dat zelf te doen? Vraag het dan aan een collega. Wie weet belt de klant net om een order bij u af te sluiten

Nog meer productieve tips voor telefonische verkoop



Als de resultaten van uw telemarketinggesprekken een beetje tegenvallen, gaat u natuurlijk niet bij de pakken neerzitten. Elke goede verkoper is constant in de weer met het evalueren van zijn prestaties. Wij hebben nog een aantal tips voor u verzameld.

Zorg altijd voor een fonkelende openingszin

Verdiep u van te voren grondig in de behoeften van uw doelgroep en bedenk wat de belangrijkste voordelen van uw product of dienst zijn. Welke problemen lost het op? Daaruit leidt u de openingszin af. Stel de zin in de vorm van een open vraag. Op die manier spoort u de prospect aan tot nadenken. Begin niet direct met hele lange verhalen (heus het gebeurt nog steeds). De klant zal nauwelijks naar u luisteren en grijpt de eerste de beste gelegenheid aan het gesprek te beëindigen.

De eerste nee is meestal niet definitief

Probeer door het stellen van vragen er achter te komen waarom de prospect nu niet op uw aanbod wil ingaan. Blijf niet aan de oppervlakte hangen maar probeer de kern van de argumentatie te raken. Vergelijk uw verkoopgesprek met het pellen van een sinaasappel. De buitenkant is weliswaar mooi oranje, maar de smaak van de schil is bitter. In de binnenkant zit het zoete vruchtvlees.

Bepaal van te voren nauwkeurig het doel van het gesprek

Veel producten en diensten verkoopt u niet zo makkelijk over de telefoon. Stel dus de afspraak als doel. Geef in het gesprek niet te veel informatie prijs. Daarmee maait u zichzelf het gras voor de voeten weg.

Hou een statistiek bij van uw gesprekken

Het is om de x-aantal gesprekken raak, een "nee" wordt een stap op weg naar succes. Door zo te denken voorkomt u teleurstellingen. Een definitief "nee" is makkelijker te verwerken als u zich realiseert dat het in 2 op de 10 gevallen wel raak is.

Als het echt niet meer lukt

Neem een korte pauze. Ontspan en geniet van een lekker kopje koffie of thee. Ga daarna weer met frisse moed aan de slag.