

Auteur: René Knecht

Keywords: *acquisitie, afsluiten, closing, verkopen aan grote accounts, complexe deals, tactical accountmanagement*

Thema: *Verkopen aan Grote klanten – Tactical Account Management*

Verkopen aan rijke klanten met budgetten: zijn zij ook de beslissers?

U zult wel vaker moeten verkopen aan klanten die Geld en Macht hebben. Deze economische beslissers (dit wil zeggen : ze tekenen en/of beslissen over het budget) hebben vaak meer onderhandelingservaring dan jou en zijn gewend 'deals' te sluiten. Hoe verkoopt je aan deze beslissers met invloed?

Dit artikel is een vervolg op een vorig artikel [‘Verkopen aan autoritaire klanten’](#).

Money Power vs Process Power

Geld hebben wilt niet noodzakelijk zeggen dat u ook macht hebt. Om echte invloed uit te oefenen moet u eerst de regels van het spel kennen: een spel dat ontstaat in de interactie tussen mensen . Het is dus een proces. Men spreekt dan ook over **Process Power**: een **rode draad** doorheen de artikels van de laatste 5 jaar.

Process Power: de invloed die je krijgt door de manier waarop je verkoopt.

Dit is belangrijk want zonder invloed zal uw rijke klant de deal niet geaccepteerd krijgen: hij moet ook de deal intern verkopen aan zijn collega-beslissers!

Voorbeeld: een CEO zal voor de investering in een financiële software misschien wel tekenen maar hij/zij zal dat niet doen zonder zijn/haar financieel directeur en boekhouder te raadplegen. Er moet dus een gemeenschappelijke visie gecreëerd worden. Daarvoor hebt u invloed nodig (zie verder).

Hoe herkent u deze invloed of process power?

Mensen met invloed kunnen de **regels van het spel** veranderen. Dit zijn niet altijd de hoogsten in rang.

Deze macht is ook discreet, vaak informeel en wordt pas zichtbaar als ze wordt uitgeoefend. Denk maar aan deals die plots wegglijpen. Een andere ‘beslissers’ bepaalde plots de nieuwe spelregels.



Copyright Rene Knecht, 2014-2015

Machtige mensen beheersen dit spel van onzichtbare macht meestal goed. "**Money Power**" bestaat niet zonder **Process Power**".

Omgekeerd wel: bijv. een vrouw kan een machtige man op de knieën krijgen.

Process Power: wie bepaalt de regels van het spel?

De centrale uitdaging in verkoopgesprekken is: wie overtuigt wie?

Ervaren inkopers laten de verkoper zichzelf overtuigen/ (verkoper: 'ik zal intern nog eens overleggen of dit mogelijk is')

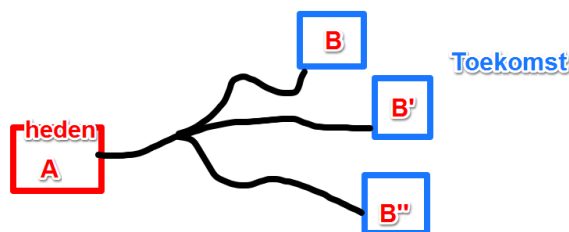
Ervaren verkopers laten de klant zichzelf overtuigen!



Copyright © 2010- 2017, René Knecht

Dit is dan ook de echte **closing - of afsluittechniek**. U moet dan wel het proces managen en dat begint in de voorbereiding: daar worden de regels van het spel bepaald. Dat kan al beginnen bij het opmaken van de agenda van een presentatie of een verkoopgesprek? Wie bepaalt wat aan bod komt en in welke volgorde? En ook : waar laat u het gesprek doorgaan? **En... op welk moment laat u de klant aan het woord?**

De verkoper die de deal kan afsluiten is namelijk diegene die in staat is een **gemeenschappelijke visie** te creëren. Met gemeenschappelijke visie wordt bedoeld: dat in de **interactie** een beeld wordt gecreëerd van wat de oplossing of samenwerking moet opbrengen. Vooral de interactie is belangrijk: het is niet enkel uw visie die belangrijk is, de klant moet ook input geven. U komt dan niet altijd uit in wat u voor ogen had maar u komt wel ergens uit. Verkopen is B-to-B kunt u zien als een 'collaborative decision making process', een duur woord voor 'samen iets beslissen' of 'overleggen'. Het is een spel van evenwichtig geven en nemen, zowel inhoudelijk als procesmatig.



Gezamenlijke besluitvorming = ik weet niet waar we gaan uitkomen, maar we komen wel ergens uit.

Copyright © 2010- 2017, René Knecht

De reden dat verkopen voor de meeste mensen moeilijk is, is omdat ze de 'macht' of invloed in het proces steeds weggeven. Bijv. door niet te luisteren of vanuit een eigen visie, hoe juist ook, een klant te willen overtuigen. Een probleem vaak van hooggeschoolde verkopers of van leiders met een sterke visie. Ze kunnen het wel goed uitleggen, echter de invloed glipt weg en de klant bepaalt, niet altijd bewust, de regels van het spel. **'Contacteer me na de vakantie terug.' 'Ik weet het niet zo goed'.**

Toelichting:

Verkoopsgesprekken krijgen door de interactie tussen verkoper en klant een eigen dynamiek: u hebt dan de keuze ofwel 'bepaalt u de regels van het spel' ofwel gaat 'het spel aan u de regels opleggen'. Als u gemanaged wordt door het spel heeft dat vaak te maken met bijv. informatie weggeven zonder eerst te luisteren. *U speelde het spel mee. ('Kunt u morgen bij ons op kantoor komen?')*

Tip: Draai de status om

- Hebt u ervaring met dergelijke deals?
- Hebt u ervaring met Business Intelligence /Mobile Applications..? Hebt u dat al overwogen?
- Hebt u al ervaring met dit soort beleggingen?

Doel = waarom zou u business met mij doen? Laat de klant zichzelf overtuigen en gebruik daarom de procesgerichte vraagstelling. Dit creëert invloed. U gaat dan ook luisteren. Wie luistert die leidt.

Conclusie

Verkopen is een beïnvloedingsproces met eigen spelregels. Degene die de spelregels kent en leert gebruiken wint aan invloed. Als u verkoopt aan 'echte beslissers' dan kunt u niet anders: ook zij beheersen dit spel want zij moeten de deal intern verkocht krijgen. Zij zullen dit spel ook 'met u of 'tegen u' gebruiken. Het goede nieuws is dat u deze regels kunt leren en dat u het spel kunt voorbereiden. Dit bepaalt uw slaagkans. U wordt dan niet meer gespeeld. U bent dan de spelmaker. U creëert waarde voor uw organisatie.



Copyright © 2010- 2017, René Knecht

Wilt u dit leren en implementeren in uw organisatie dan zijn deze ontwikkelingstrajecten voor u interessant:

- [**VIP Coaching Verkopen in concurrentiële markten \(ook voor teams\)**](#)
- [**Verkopen aan Grote Accounts**](#)

Afhankelijk van uw doelstellingen maken we iets op maat. De input komt vooral van de deelnemers en dat komt ook in de coaching- of workshops tot uiting.

Zo zijn er klanten die meer aandacht hebben voor het voortraject (bijv. een RFP traject), en zijn er andere klanten die meer de nadruk leggen op wat er gebeurt als een voorstel eenmaal is ingediend. Zowel de presales-fase als postsalesfase blijven belangrijk voor elke soort klant.

Contact

René Knecht

Differentiation Selling®

Muinkaai 45

9000 Gent - Belgium

BE 0881 964 976

mobile +32 (0)497 48 38 52

rene.knecht@differentiationselling.com

www.differentiationselling.com