

Verkoopstips

Het verkopen van een product of dienst bepaalt het succes van je onderneming. Je moet natuurlijk weten hoe je je product of dienst het beste aanprijst. Hieronder wat technieken om je erbij te helpen:

Tip 1: Goochelen met cijfers

Iedereen weet dat je prijzen naar beneden moet afronden. Dus niet € 20, maar € 19,90 (ziet er aantrekkelijker uit, het product kost dan nèt geen 20 euro en dat vinden mensen interessant). Wat niet iedereen weet, is dat aanbiedingen nog beter werken wanneer je een aanbieding maakt die meteen uitgerekend kan worden. Dus: van € 20, naar € 18. Wanneer je zou afprijzen naar € 17,95, is het verschil moeilijker te berekenen.

Tip 2: Verkoop jezelf

Om aan mensen te verkopen, moeten ze in jou geloven tijdens het verkoopsgesprek. Zorg er daarom voor dat je interessant bent door open en vriendelijk te zijn. Als mogelijke klanten je niet interessant vinden, is de kans groot dat ze ook niet enthousiast worden over je product of service.

Respecteer de koper en hij zal jou ook respecteren. Ontwikkel ook je inlevingsvermogen. Als je vriendelijk kunt reageren op een klant, bouw je makkelijker een band en goede relatie op. Zet je ego aan de kant. Het gaat niet om jou, maar om de klant.

Tip 3: Verkopen is vooral goed luisteren

In de meeste verkoopsgesprekken is de verkoper voornamelijk aan het woord. En dat terwijl het precies andersom zou moeten zijn. Je klant moet het meeste praten. Jouw klant moet zich gehoord voelen. Het gevoel krijgen dat jij precies begrijpt waar hij of zij het over heeft.

En dat doe je door je klant aan het woord te laten. En zelf stil te zijn. Probeer de 80/20 regel aan te houden. De klant is 80% van de tijd aan het woord, en jij 20%. Train je vraagtechnieken en houd deze traditionele regels over het stellen van vragen in gedachten: Wat? Waar? Wanneer? Welke? Waarom? Wie? En hoe?

Tip 4: Verkoop de oplossing voor een probleem, niet enkel een product of dienst

Natuurlijk wil je dat je toekomstige klant profiteert van je verkoop, maar je moet hem of haar daar eerst wel van zien te overtuigen. Ontdek wat de echte wensen van je klant zijn, welke problemen lost dit product of deze dienst op in hun dagelijkse leven? Vraag ze bijvoorbeeld naar hun dagindeling, waar zit de pijn en waar kan jullie product/dienst een oplossing bieden?

Tip 5: Wees altijd professioneel

Het grootste compliment dat je van een klant kunt krijgen, is dat hij je een echte 'professional' noemt. Het is niet het belangrijkste of hij je aardig vindt: hij moet je respecteren. Klanten kopen

niet bij je omdat ze je aardig vinden, maar omdat ze bereid zijn je te vertrouwen. Professioneel zijn is niet één ding, maar drie: het is wat je doet, het is wat je zegt en het is hoe je jezelf presenteert.

Tip 6: Het principe van schaarste

In Nederland is het door de Wet Oneerlijke Handelspraktijken verboden om te adverteren met producten die niet beschikbaar zijn. Adverteren met een scherp geprijsd lokkertje dat helemaal niet op voorraad is, kan dus niet. Dat wil niet zeggen dat je geen gebruik kunt maken van het schaarsteprincipe. Denk bijvoorbeeld aan de Limited Edition van een game met specifieke extra's.

Het is makkelijk om er meer van te produceren, maar klanten zijn dol op exclusiviteit. Of denk aan een opheffingsuitverkoop. Wanneer die met schreeuwerige letters op de winkelruit staat aangekondigd, komen er geheid koopjesjagers op af. Schaarste creëert een gevoel van urgentie: de klant wordt aangespoord nu te handelen, anders is hij te laat.

Tip 7: Het eerste stapje naar aankoop

Wanneer je interesse bij een klant weet te krijgen, kom je al een stapje dichterbij je uiteindelijke doel: hem verleiden tot het doen van een aankoop. Interesse creëren kan op verschillende manieren: door de klant een enquête te laten invullen, hem uit te nodigen voor een presentatie of gewoon een kopje koffie aan te bieden.

Een andere mooie, ouderwetse manier om de klant een eerste stapje naar aankoop te laten zetten is een loterij organiseren. Laat de klant zijn naam en adres noteren, zodat je meteen zijn Naam Adres Woonplaats (NAW)-gegevens hebt, en de klant begint zich al voor te stellen hoe het is om bijvoorbeeld de waardebon die je verloot te winnen.

Tip 8: Het groepsgevoel

Iedereen wilde aandelen in Google, dus jij ook. Wie wil er niet bij de meerderheid horen? Als al die anderen denken dat Google een goede investering is, dan zal het toch wel zo zijn? Natuurlijk bestaan er onafhankelijke denkers, maar de meeste mensen zijn toch geneigd te vertrouwen op het oordeel van de meerderheid. Dit kun je gebruiken door marketingmaterialen te maken met teksten zoals; 'Tallose anderen gingen u voor!' 'Recordverkopen!' Vergeet er niet een leuk plaatje van een grote groep enthousiaste mensen bij te zetten.

Tip 9: Geen aannames doen

Verkopers die geen vragen stellen, denken te weten wat de klant wilt. Ze doen aannames. En ook wanneer je wel vragen stelt, komen aannames snel om de hoek kijken.

'Deze klant zal wel niet zo veel geld uit willen geven.' 'Volgens mij komt deze klant helemaal niets kopen.' 'Die klant wil vast niet dat ik nog een extra product onder de aandacht breng.' Allemaal aannames (en er zijn er nog veel meer) die omzet verlagend werken. Want jij vult alvast bepaalde dingen voor die klant in. Niet doen dus, want je snijdt jezelf in je vingers. Stel liever nog een aantal extra vragen om te voorkomen dat je aannames doet.

Tip 10: Toon je passie

Zo'n verkoper die een standaard riedeltje opdreunt, daar word je niet vrolijk van. En je wilt er al helemaal niets door kopen. Maar iemand die (bijna) staat te springen van enthousiasme over zijn vak, die kan alles verkopen.

Toon dus je passie. Vertel waarom jouw product of dienst onweerstaanbaar geweldig is. Laat zien dat je blij wordt van het helpen van klanten en het werken als ondernemer, vertel je proces. Enthousiasme werkt namelijk aanstekelijk.