

Verkopen

Verkopen, hoewel vaak over het hoofd gezien door werktuigbouwkundige, is een bijzonder belangrijke vaardigheid. Al heb je het best ontworpen product en de perfecte niche, zonder verkoop strategie is het onwaarschijnlijk dat je het er ver mee schopt. Daartegenover staat dat regelmatig half ontwikkelde producten zonder niche of potentie bijzonder goed verkopen vanwege de effectieve verkoopstrategie toegepast door hun verkopers.

Voor onze verkoop strategie stof zijn 6 stappen opgesteld. Deze stappen in correcte volgorde zijn

1. Voor onderzoek, 2. Doelen opstellen, 3. Vragen Stellen, 4. Voordelen toelichten, 5. Doelen bereiken & 6. Deal sluiten.

1. Voor onderzoek doen

Voordat je begint aan een verkoop pitch is het belangrijk om niet alleen bekend te zijn met het product dat je gaat verkopen, maar indien mogelijk ook de klant waaraan je deze gaat verkopen.

Als je voorkennis hebt over je klant kun je je verhaal afstemmen op zijn of haar voorkeuren en zwaktes. Ook is het van belang dat je weet of deze klant eerder een slechte ervaring heeft gehad met jouw bedrijf of product.

Daarnaast is het belangrijk om enige kennis het hebben over het product dat je probeert te verkopen. Dit kan zijn basale informatie over de specificaties van het product om deze aan de klant te kunnen geven mocht hij of zij daar om vragen. Ook kan dit zijn wat voor concurrerende producten er op de markt zijn op het moment. Met deze informatie kan je je verkoopstrategie bij sturen.

2. Doelen opstellen

Vooraf aan de verkoop is het van belang dat je realistische doelen voor jezelf stelt. Je moet van tevoren bedenken hoe je de klant gaat overhalen om jouw product te kopen. Hierbij moet je denken aan een proefperiode. Wat ook een doel kan zijn is het verzamelen van informatie over de klant of van producten van de concurrent die de klant gebruikt heeft voorafgaand aan de verkoop.

3. Vragen stellen

In het verkoop proces is het belangrijk om het gesprek te blijven leiden door open vragen te stellen en vragen van de klant met vragen te beantwoorden. Hierdoor zorg je er voor dat het gesprek vooruit blijft bewegen en niet op een onvoorziene richting afstuurt.

4. Voordelen toelichten

In de kern van het verkoop proces staat het toelichten van de voordelen, waarom moet de klant kiezen voor jullie product, wat heeft dat product te bieden over anderen. Belangrijk hierin is om rekening te houden met de kennis van de klant op het gebied. Als de klant weinig technische kennis heeft en meer geïnteresseerd is het gebruik en de toepassing van het product, kan het intimiderend en onzinnig overkomen om een uitgebreide lijst specificaties op tafel te leggen en op basis daarvan je gesprek te beginnen. Wat veel beter is, en wat je daarom vaak zien in reclame spotjes, is dat je meer op de gebruiksvoordelen en ontwerp aspecten van het product in gaat. Als je uit kunt leggen op basis van het product en vanuit het perspectief van het gebruik van het desbetreffende product waarom bepaalde ontwerp aspecten zijn gekozen en hoe deze een voordeel leveren in het gebruik van het product, heb je een grotere kans om te slagen

5. Doelen bereiken

In het bereiken van het einddoel, zijnde het verkopen van het product aan de klant, is het belangrijk dat je de relatie met de klant niet schaadt. Het is van belang dat je niet met de klant in discussie gaat en kritiek niet persoonlijk op je neemt. Het gevolg van dat soort acties zou kunnen zijn dat de relatie met de klant negatief beïnvloed wordt. Als laatste is het belangrijk om alle mogelijke bezwaren van de klant op te nemen om op deze later te evalueren.

6. De deal sluiten

En om het af te sluiten, kom je bij het sluiten van de deal. Hierbij is het belangrijk dat je op de lichaamstaal van de klant en hoe die zich positioneert tegenover de deal moet letten. Zodra je ziet dat de klant serieus overweegt om het product te kopen moet je de deal inpakken. Daarna is het belangrijk dat je het gesprek afsluit om niet per ongeluk nog informatie geeft die de klant er toe zet te gaan twijfelen.

In het bedrijfsleven is het verkopen van een product de meest essentiële stap in het hele proces. En zonder deze vaardigheid zou de moderne wereld zoals wij hem nu kennen nooit tot stand zijn gekomen. Daarin tegen is dit ook een vaardigheid die door veel ingenieurs over het hoofd wordt gezien omdat zij al snel een tunnelvisie ontwikkelen naar de technische aspecten van een product, en hoe ze deze kunnen optimaliseren.

Persoonlijk voorbeeld

Ik heb voorafgaand aan mijn studie gewerkt in de ICT sector met specialisering in computer hardware en reparaties. Hierbij komt het voor dat ik gevraagd wordt om voor een klant een computer systeem samen te stellen en te assembleren naar zijn of haar behoeftes vanuit beschikbare onderdelen. Hierbij had ik over het algemeen een gesprek (in persoon of over email) met de klant waarin ik de keuze van onderdelen en hoe dit aansluit bij zijn of haar behoeftes van het systeem bespreek. Op basis hiervan geeft de klant toestemming voor assemblage en vindt de betaling plaats.

1. Voor onderzoek doen

Nadat de klant heeft aangegeven dat hij of zij een "custom" computersysteem wil laten bouwen wordt er een take in gesprek gehouden (over het algemeen in persoon) waarin de klant de exacte behoeftes van het systeem opgeeft.

Dit kan zijn voor professioneel gebruik in de media en video sector of een persoonlijk systeem. Ook kunnen bij dit gesprek andere factoren van het systeem besproken worden zoals akoestische eigenschappen van het systeem of een bepaald visueel thema. En als laatste wordt met de klant het budget van het systeem van tevoren afgesproken, voor dit soort systemen valt dat over het algemeen tussen 1500 en 4500 euro. Hieruit wordt dan een “draft” opgesteld waarop het systeem ontworpen wordt.

2. Doelen opstellen

Vanwege het wat onorthodoxe proces van het ontwikkelen van een product naar de behoeftes van de klant worden veel van de doelen samen met de klant opgesteld. Voor ons is het doel daarnaast om met een concept systeem te komen wat voor ons makkelijk uit te leggen voordelen heeft op basis van de vereisten van de klant.

3. Vragen stellen

Het vragen stellen aan de klant gebeurt op twee punten in het proces, bij de originele intake wordt er door middel van gerichte vragen een inperking gedaan van de ontwerprichting. Maar ook bij de uiteindelijke verkoop van het product worden er veel vragen gesteld, het komt bijvoorbeeld wel eens voor dat op basis van het budget van de klant dat wij voor bepaalde beperkingen in het systeem hebben gekozen om de prijs omlaag te halen, en dan willen wij aan de klant vragen of hij of zij wil dat het budget anders verdeelt wordt om de beperkingen van het systeem anders in te richten.

4. Voordelen toelichten

De meest belangrijke taak die ik had in dit verkoop proces is het toelichten van de voordelen. Op basis van de criteria van de klant heb je een ontwerp voor het systeem opgesteld en nu wil de klant vaak weten hoe het ontworpen systeem zich aan sluit bij zijn of haar behoeftes. Omdat de klanten die geïnteresseerd waren in systemen als dit vaak van zichzelf al een redelijke kennis hebben van de werking van dit soort systemen was het voor ons van belang dat we een goede kennis hadden om onze ontwerp keuzes te kunnen onderbouwen.

5. Doelen bereiken

Zodra wij er in zijn geslaagd om een systeem te ontwerpen naar de vereisten en wensen van de klant en ruim genoeg binnen het budget van de klant zijn gebleven is ons doel bereikt. Hierna volgt voor ons alleen nog maar de transactie en het sluiten van de deal.

6. De deal sluiten

Het fijne van dit werk was dat als de deal niet in een keer gesloten was dat dat kwam omdat de klant nog wat punten op te merken had over het huidige door ons opgeleverde ontwerp, maar dit waren zelden dingen die tot een “no deal” zouden leiden. Dus was er voor ons bijna altijd een tweede kans om met de door de klant opgeleverde aanpassingen aan het ontwerp de pitch opnieuw te doen, of alleen te laten zien hoe het ontwerp is veranderd door de veranderde vereisten. Nadat de deal is gesloten laten wij de onderdelen opleveren en begint de assemblage en installatie.