

Informatieaanvraag via website

Kans voor open doel?!

Onze trainingen staan bekend om een praktische aanpak, de goede sfeer en onze enthousiaste presentatie. Uw doel is ons uitgangspunt en onze jarenlange ervaring garandeert resultaat.

Onderneming: De Vries advies & training
telefoon [050] 314 34 70 of 06 212 37 342

Telefoondiensten website: www.telefoonopleiding.nl
E-mail: info@telefoonopleiding.nl

Zakelijke dienstverlening website: www.devries-adviesentraining.com
E-mail: info@devries-adviesentraining.com

Stelling 1: Luister of beëindig direct uw acquisitiesprek

Een test:

1. Hebben ze in België ook 4 en 5 mei? Ja.
2. Sommige maanden hebben 30 dagen, sommige 31; hoeveel hebben er 28? Alle.
3. Als je slechts 1 lucifer had en een donkere kamer betrad waarin zich een olielamp, een kachel en wat brandhout bevond - wat zou u dan het eerst aansteken? De lucifer.
4. Een boer heeft 17 schapen, op 9 na gaan ze allemaal dood. Hoeveel heeft hij er dan over? 9.
5. Neem twee appels van drie appels. Hoeveel heeft u er dan? 2.
6. Hoeveel dieren van elke soort nam Mozes mee op de ark? Geen.
Het was Noach.
7. Als je een bus met 42 passagiers uit Amsterdam bestuurt, er in Haarlem 7 in- en 5 uitstappen, in Leiden er 8 uitstappen en 4 in en twee uur later in Rotterdam arriveert, wat is dan de naam van de bestuurder?
Uw eigen naam (de vraag begint met als je...)

Stelling 2: *Falen in de voorbereiding is de voorbereiding van het falen*

De voorbereiding:

1. Bestudeer website (indicatie over bedrijf: groot / klein, bedrijfslocatie, type onderneming, diensten en producten, uitstraling, manier van communiceren)

2. Vooruitdenken door inschatting te maken van:
 - mogelijke behoeften van potentiële opdrachtgever
 - mogelijke problemen en ongemakken **wat kan leiden tot**
 - analyse van mogelijke problemen
 - urgentie creëren
 - oplossing presenteren.

3. Stel een belscript met relevante vragen op.

4. Beheers het belscript. Deze zowel systematisch als creatief kunnen gebruiken.

Stelling 3: *Wie goed doet, goed ontmoet ...*

1. Instemming vragen.
Vraag eerst om toestemming tot het stellen van vragen.

2. Toon enthousiasme
Wees te allen tijde vriendelijk en enthousiast.

3. Luisteren, luisteren, luisteren
Laat duidelijk merken dat u luistert.

4. Ga flexibel om met scripts
Gebruik script als structuur voor het gesprek.

5. Vertel wie u bent
Vertel altijd duidelijk wie u bent en wat u doet.

6. Wees zeker van uw zaak.
Zorg voor krachtig taalgebruik.

7. Maak aantekeningen
Leg altijd een schrijfblok naast uw telefoon en maak tijdens het gesprek aantekeningen.

8. Pas u aan.
Hou rekening met spreektempo en taalgebruik van klant.

Stelling 4: *Het is een kwestie van C.I.A.*

Contact > **Inhoud** > **Afsluiting**

- Bedenk dat de tijd van de klant kostbaar is.
- Stel uzelf voor, begin met het doel van het gesprek en vraag of uw gesprek gelegen komt.
- Blijf bij een negatief antwoord niet aanhouden, dat is tijd verspillen.
- Bied uw gesprekspartner aan op een gunstiger tijdstip terug te bellen.
- Draai geen verhaal af.
- Stel gerichte vragen en luister goed naar de antwoorden. De antwoorden zijn de bouwstenen waarmee u het gesprek kunt vervolgen.
- Bedenkt dat u beperkt tijd heeft voor het gesprek. Kies uw woorden zorgvuldig.
- Blijf onder alle omstandigheden uzelf en praat op een natuurlijke manier. Houd uw gesprek kort en simpel.

Stelling 5: Voorkom W.H.I.D.A. !!!

Twee valkuilen:

1. W.H.I.D.A. = wat heb ik daar aan?
Meer praten en opgaan in eigen 'uniek' verhaal en daardoor te weinig luisteren naar de klant.
Kortom meer luisteren dan praten.
2. Meer U.S.P.'s dan U.P.P.'s
Uiteraard zijn uw U.S.P.'s (unique selling points) belangrijk maar in eerste instantie is het belangrijker te luisteren wat de U.P.P.'s (unique problem points) zijn de potentiële opdrachtgever.
Als u die weet, kunnen uw U.S.P.'s van doorslaggevende betekenis zijn.

Basishouding: uitsluitend interesse tonen voor de mening en het probleem van degene die u belt.

Stelling 6: Iedereen ziet hetzelfde maar anders

Iedereen ziet hetzelfde maar anders. Dit wordt veroorzaakt door:

1. Denkraam

Ieder mens heeft zijn eigen referentiekader (lees denkraam): zijn kijk op de wereld, zoals die gevormd is door zijn kennis, (werk)ervaring, geloof en bijgeloof. Een ICT-er zal anders naar het internet kijken dan een leek.

2. Selectieprocessen

Mensen maken continu een keuze in de manier van waarnemen, informeren en communiceren. Bij deze keuze kunnen de volgende selectieprocessen een rol spelen:

1. selectieve kennisname; is noodzakelijk - u moet selecteren, u kunt niet alles lezen of alle televisieprogramma's volgen.
2. selectieve aandacht; alle aandacht is selectief. Als aandacht niet selectief zou werken, zou u volledig overspoeld worden door indrukken.
3. selectief onthouden; wat niet overeenkomt met iemands overtuiging of mening wordt sneller vergeten. Als informatie wordt gegeven waarin beide kanten van een zaak worden weergegeven hebben we de neiging om te onthouden wat onze overtuiging steunt en de rest te vergeten. Vraag aan twee partijen bij een verkeersongeval maar eens hoe het ongeluk nu precies plaatsvond.
4. selectief aanvaarden; het is goed mogelijk dat een roker doorgaat met roken, ook al gelooft hij dat dit schadelijk is voor zijn gezondheid. Mensen hanteren een aantal strategieën om dergelijke tegenstrijdigheden op te lossen of te verzachten.

Uitdaging:

Tijdens telefoongesprek uitvinden welke wensen, eisen en behoeften de klant heeft. U kunt goed controleren of 'u hetzelfde ziet als de klant' door een samenvatting te geven.

"Als ik u goed begrijp:

- wilt u ...
- wenst u ...
- vindt u het van essentieel belang ..."

Stelling 7: *Er is niets praktischer dan een goede theorie*

- ◆ Spreek duidelijk. Lees nooit tijdens het bellen. Lach eens tussendoor.
- ◆ Bereid je voor op een gesprek. Leg alle gegevens die je nodig hebt voor het gesprek vooraf klaar.
- ◆ Verkoop de afspraak, de informatie. Niet het product of de dienst.
- ◆ Verdiep je niet in je eigen verhaal, dan vergeet je te luisteren.
- ◆ Wees nooit gehaast.

Niet doen

- ◆ Je script voorlezen
- ◆ Nieuwslezen of een toontje aanwenden.
- ◆ Niet ingaan op vragen.
- ◆ Klachten niet opmerken of serieus nemen.
- ◆ Onvriendelijke stem of slecht humeur.
- ◆ Iemand die geen tijd heeft het gesprek door de strot duwen.
- ◆ Slecht luisteren.
- ◆ Discussie met de klant.
- ◆ Niet terugbellen op de afgesproken tijd.
- ◆ Onbetrouwbare informatie verstrekken.

Zeker doen

- ◆ Ik zit met een glimlach klaar.
- ◆ Ik noem meteen het doel (geen omzeilende introductie).
- ◆ Ik luister actief.
- ◆ Ik zoek altijd het voordeel voor de klant.
- ◆ Ik hoor wat in de omgeving van de klant gebeurt.
- ◆ Ik vraag altijd of het gelegen komt.
- ◆ Ik blijf altijd vriendelijk.
- ◆ Ik bel altijd terug op het afgesproken tijd.
- ◆ Ik maak altijd aantekeningen tijdens het gesprek.
- ◆ Ik heb incasservermogen.
- ◆ Ik heb humor.