

Actie in de transactie

Niet alle verkoopprocessen of verkoopsgesprekken zijn ingewikkeld. Soms wil een klant snel en makkelijk opnieuw hetzelfde bestellen. Deze transactionele verkoop komt erg veel voor. Waar liggen uw kansen bij dit type verkoop?

Transactionele verkoop kent twee gezichten.

1. **De herhalingsaankoop.** Dit staat voor een verkoopproces waarbij de klant al voldoende vertrouwen in het bedrijf heeft en makkelijk een order (een bestelling) plaatst. Dit zal vaak een herhalingsopdracht zijn, bijv. als de klant belt en zegt: *“Mijn printerpapier is op; kun je me nog eens vijf dozen sturen?”*
2. **Eenmalige bestellingen van lage waarde.** Hier is sprake van een verkoopproces, waarbij er nauwelijks toegevoegde waarde of advies wordt gegeven. U moet dan in korte tijd de klant over de streep trekken om een bestelling te plaatsen. Vaak betreft het eenvoudige producten of diensten met een lage waarde, bijv. schroeven, spijkers, papier, e.d.

Wat zijn de belangrijkste aandachtspunten voor een verkoper bij dit type verkoop?

Promotie

Voor transactionele verkoop zijn de marketing-inspanningen van groot belang: folders, mailings, advertenties, de website, enz. **Let op.** Zorg ervoor dat u volledig op de hoogte bent van alle inspanningen die uw bedrijf op dat moment pleegt. Als klanten bellen om iets te bestellen uit een recentelijk gestuurde actiefolder, wilt u uiteraard wel weten dat die folder is verzonden, wat erin staat en hoelang de looptijd is. Zorg ook dat u weet welke producten u de meeste marge geven. U kunt de klant dan nog enigszins sturen.

Een verkoopsgesprek is altijd duur

In simpele herhalingsaankopen en voor producten van een lage waarde, mag u niet te veel tijd steken. Dat wordt veel te duur. Focus daarom in de beperkte tijd die u heeft, op drie zaken:



Voor transactionele verkoop moet er relatief veel reclame worden gemaakt. Zorg dat u op de hoogte bent van alle acties en houd een verkoopsgesprek zo kort mogelijk. Probeer altijd iets extra's te verkopen.

1. **Achterhaal snel de koopmotieven.** En stel de klant vragen als: *“Wat zoekt u precies?”*, *“Wat vindt u belangrijk in een printer?”* en *“Hoe heeft u zich reeds georiënteerd?”*
2. **Doe de klant snel een voorstel.** En stel een product of dienst voor dat/die aansluit bij zijn koopmotieven.
3. **En vraag daarna om de opdracht.** De alternatieftechniek kan u daarbij helpen: *“Wilt u 12 maanden garantie bij uw telefoon of wilt u er twee jaar extra garantie bijkopen?”* Ook een directe afsluiting, zoals *“Zal ik de order meteen rondmaken?”* is effectief in transactionele verkoop.

Let op. U heeft nauwelijks tijd om een relatie op te bouwen met de klant. Het gunnen van een order hangt daarom met name af van uw enthousiasme, het stellen van de juiste vragen en van een leuke opening van het gesprek.

Iets extra's verkopen bij herhaling

De uitdaging is om bij herhalingsaankopen meer uit het gesprek te halen dan alleen het noteren van de bestelling.

Tip. Er zijn enkele interessante omzetmogelijkheden.

- **Cross-selling.** U vraagt dan of de klant aanverwante producten of diensten nodig heeft. Bijvoorbeeld: *“Heeft u bij de partij ordners ook nog tabbladen nodig?”*
- **Nieuwe producten aanbieden.** *“Weet u dat we sinds kort ook op locatie onderhoud uitvoeren. Zal ik u de folder hiervan toezenden?”*
- **Actieproduct voorstellen.** *“Op dit moment zijn de inktcartridges in de aanbieding. Bij afname van 5 pakketten, ontvangt u ... gratis”.*