

Acquisitie: zes tips uit de praktijk

Inleiding

Acquisitie is geen loterij. "*Hoe meer telefoontjes, des te groter de kans op een afspraak*" gaat niet op. Het is een kwestie van de juiste techniek trainen en deze gedisciplineerd toepassen. Acquisitie is geen aangeboren kwaliteit. Het is geen toeval dat de een meer succes heeft dan de ander. Het zijn juist vaak simpele dingen die het verschil maken. Hieronder een zestal gouden tips uit de praktijk, die direct verschil maken in de kwaliteit en uitkomst van acquisitiesprekken.

Tip 1: Niet direct open vragen stellen

En je had toch altijd geleerd dat je open vragen moest stellen? Nu doe je het en is het weer niet goed. Inderdaad! Open vragen stellen aan het begin van het gesprek is meestal een brug te ver. Stel eerst gemakkelijk te beantwoorden vragen en schakel pas daarna over op moeilijkere vragen. Met gemakkelijke vragen betrek je de ander sneller in het gesprek.

Tip 2: Zeg eens niks

Het is belangrijk om degene die gebeld wordt, de tijd te geven om te acclimatiseren. Zeg eens niks na de normale begroeting en je zult zien dat degene die gebeld wordt je nogmaals zal begroeten. Als je nu een luchtige positieve vraag stelt in de trant van: "*Bent u verantwoordelijk voor?*", dan ben je inmiddels een kleine 10 seconden verder in het gesprek. Degene die gebeld wordt is geacclimatiseerd en staat open om de eerste open vraag te beantwoorden.

Tip 3: "*Wij hebben u een brief gestuurd*" is een afknapper

Het vergt nauwelijks voorbereiding om tegen de prospect te zeggen: "*Meneer/mevrouw, wij hebben u een brief gestuurd, heeft u deze ontvangen?*" Daarmee houden alle voordelen op. De ander denkt direct: "*Nou en? Als die brief zo interessant was, dan had ik wel contact met je opgenomen.*" De beller wordt in het defensief gedrukt ("*Ik heb hem niet ontvangen, stuur maar een nieuwe brief.*") en de afloop van het gesprek is voorspelbaar. Begin het gesprek zoals je zonder brief ook zou doen: met een goed voorbereide opening.

Tip 4: Praat over problemen en niet over oplossingen

Bereid een aantal goede vragen voor over problemen die een prospect kan hebben. Praat niet over jouw dienst of product, maar over het probleem dat deze dienst of dit product kan oplossen. De gedachte hierachter is eenvoudig. Er is pas een oplossing nodig als men herkent dat men een probleem heeft. Als men het probleem herkent, hoeft je de oplossing niet meer uit te leggen.

Tip 5: Oeps, ik was weer te lang aan het woord

We praten graag en we praten veel, te veel. De verhouding is in de meeste telefoongesprekken totaal zoek. De prospect zegt iets wat we herkennen en we zijn vervolgens niet te houden om te vertellen wat we hierover weten. Einde van het verhaal is dat de prospect weet wat wij te bieden hebben, maar dat wij niet het probleem van de prospect kennen en dus ook geen oplossing hiervoor kunnen aandragen.

Tip 6: Spielen mag niet alleen, maar moet ook

Een script is een leidraad voor een acquisitiesprek en niet bedoeld als een dwangbuis. Spring er soepel mee om. De hoofdzaak is dat je luistert, vraagt en reageert op wat de ander zegt. Kortom: actie is reactie. Gebruik in plaats van een script een lijstje met steekwoorden (een spiekblaadje), zodat je tijdens het luisteren eraan herinnerd wordt welke probleemstellingen je nog moet aansnijden. Zo voorkom je dat je vervalt in lange monologen omdat je eigenlijk niet weet wat je wilt zeggen.