

Communicatie is de olifant in de kamer

Ik zal maar meteen met de deur in huis vallen. De belangrijkste reden dat je nog niet een echte commerciële topper bent is dat je te weinig werkt aan je communicatieskills. In de honderden commerciële gesprekken die ik jaarlijks observeer heeft het grootste deel van mijn feedback betrekking op de communicatie van de salesprofessional. Die is te vaak onder de maat, onderontwikkeld of te beperkt om een echte impact te maken op het gesprek en het resultaat van het salesproces.

Communicatie is nu eenmaal een onmisbaar gereedschap dat je in alle facetten van je werk nodig hebt. Of het nu is bij een face-to-face gesprek, interne meeting, presentatie, telefoongesprek, e-mail, onderhandeling, offerte, skype sessie of App. Om het beste resultaat te behalen is er altijd optimale communicatie bij nodig.

Spiergeheugen kweken

De vergelijking tussen sport en sales is al vaak gemaakt. De parallel tussen een topsporter en topverkoper is dat beiden hard en gestructureerd werken aan alle benodigde skills. Hierbij werken ze vooral aan de basis. Iedere dag vijfhonderd forehands en backhands slaan. Twee uur per dag aannemen en passen. Iedere training vijf emmers weg slaan met je driver. Hiermee kweek je spiergeheugen zodat je alle basisvaardigheden van je sport onbewust bekwaam uitvoert. In een professionele salesomgeving is het niet anders.

Hoe vaak moet je zelf nog nadenken over een goede vervolgvraag tijdens een gesprek? Hoe soepel maak je een puntige samenvatting? Herken je alle trucs en technieken van je gesprekspartners en kun je hierop adequaat anticiperen? Kun je een scherpe, puntige en foutloze e-mail schrijven? Als je hier overal volmondig ja op kunt zeggen, dan heb jij al veel hard werk achter de rug en oefen je waarschijnlijk nog iedere dag. Voor degenen die nog twifelen heb ik tien onderdelen van communicatie op een rij gezet, waarin je jezelf als commercieel professional moet bekwaamen. Ik bespreek de onderdelen op hoofdlijnen. Tijdens je volgende training, coaching of boek ga je lekker de diepte in.

Onderdeel 1: de basis

Zoals bij alles is het verstandig om de achtergronden, uitgangspunten en structuur in beeld te hebben. Communicatie is een eerste levensbehoefte. Zonder interactie met medemensen zouden we erg ongelukkig worden. 70% van onze tijd zijn we bezig met praten, luisteren, lezen en schrijven en dat is slechts communicatie door middel van taal. Communicatie bestaat uit veel lagen. Verbaal en non-verbaal, via diverse kanalen, met een wisselende zender en ontvanger, op betrekking- en inhoudsniveau en kan daarbij worden gehinderd door diverse soorten barrières, zoals ruis, selectieprocessen en referentiekaders.

Goede communicatie in commerciële gesprekken en processen bestaat uit echte interactie. Tweezijdig verkeer tussen de verkopende en kopende partij. Dit betekent dus geen kwartier durend vlammend betoog houden over de voordelen van de eigen producten, waarbij je gesprekspartner ondertussen wakker moet blijven. Ook een klant zoveel mogelijk laten praten, door een spervuur van vragen op hem af te vuren is niet echt zinvol. Interactie betekent een dialoog voeren. Relevante onderwerpen aansnijden die voor beide partijen interessant zijn en deze uitwerken tot de kern. Doorvragen bij onduidelijke zaken, feedback geven, kennis toevoegen. Op zoek gaan naar gezamenlijke voordelen voor een langdurige samenwerking. Dit kan alleen bij echte interactie.

Onderdeel 2: VLSD

Het werkpaard van iedere commerciële interactie is de VLSD-techniek: Vragen, Luisteren, Samenvatten en Doorvragen. Deze vier elementen zorgen ervoor dat een gesprek structuur krijgt, de ander ruimschoots aan het woord komt en jij de richting van het gesprek kunt bepalen. Stel dus nuttige, verfrissende en prikkelende vragen, die de ander activeren en uitdagen. Luister met aandacht, schrijf en denk mee en probeer hierbij je eigen oordelen en meningen te negeren. De ander voelt zich eerder begrepen als je regelmatig samenvattingen maakt. Door hoofdzaken te ordenen en hiertussen verbanden aan te brengen, krijgt het gesprek een goede structuur. Hierna vraag je door, om bepaalde onderwerpen verder uit te diepen en de essentie van het onderwerp bij de ander te achterhalen. Goede beheersing van de VLSD-techniek is het belangrijkste leerdoel van ieder commerciële professional.

Onderdeel 3: Obstakels

Er kan een hoop misgaan tijdens de interactie met anderen. Het is belangrijk om mogelijke communicatie-obstakels te herkennen, zodat je deze kan wegnemen of oplossen. Zo kan er sprake zijn van ruis, bijvoorbeeld als je gesprekspartner er niet bij is met zijn gedachten (interne ruis) of dat er een hoop lawaai op de achtergrond is (externe ruis). Bij selectieprocessen kunnen er op zeven niveaus storingen optreden, bijvoorbeeld: bij selectieve aandacht richten mensen zich vooral op informatie die hun eigen mening ondersteunt. Ook het referentiekader van mensen beïnvloedt de communicatie en die wordt medebepaald door de culturele en maatschappelijk achtergrond van mensen. Ook het feit dat veel mensen in beelden denken in plaats van in woorden, kan tot problemen in de communicatie leiden. Dit visuele denken heeft als gevolg dat de vertaling van een begrip of een woord voor iedere persoon leidt tot een eigen beeld en hierdoor een eigen betekenis krijgt.

Onderdeel 4: Schriftelijk

Het schrijven van een goede brief, offerte, tweet, posting of DM is voor veel mensen een uitdaging. Dat geldt niet alleen voor het schrijven zonder stijl- of met aanwezige grammaticafouten maar vooral hoe je aantrekkelijk schrijft, bondig geformuleerd, met een goede opbouw en prettige spanningsboog. Er is voor je klanten een groot verschil tussen een knip-en-plak offerte of een maat geschreven scherp commercieel betoog.

Onderdeel 5: Non-verbaal

De meest onderschatte en moeilijkst te beïnvloeden communicatie gebeurt non-verbaal. Dus alles wat te maken heeft met onze houding, uiterlijk, mimiek, bewegingen en gebaren. Parataal zit tussen verbaal en non-verbaal in. Dit is de wijze van articuleren, het volume van de stem, de beklemtoning van woorden en de klankkleur van de stem. De uitdaging is om congruent te zijn in je verbale en non-verbale communicatie en te zorgen dat deze op elkaar zijn afgestemd. Verbale en non-verbale communicatie moeten elkaar ondersteunen en versterken. Als ze afwijken van elkaar zal een ander eerder je non-verbale communicatie geloven dan je verbale.

Onderdeel 6: Technieken

Naast de eerdergenoemde VLSD-techniek zijn er veel andere communicatietechnieken die relevant zijn in commerciële gesprekken. Als basis het beheersen van diverse vraagtechnieken, zoals hypothese-, alternatief-, diepte-, reflectieve-, trechter- en suggestieve vragen. Ook technieken als voorwaardelijk instemmen, algemeen stellen, gevoelsreflecties, spiegelen, parafraseren, positief provoceren, parkeren van issues en het kunnen switchen van onderwerpen zijn nuttig.

Onderdeel 7: Trucs en manipulaties

Binnen de commerciële communicatie zijn er vele manieren om invloed en druk uit te oefenen op anderen of om lastige zaken te omzeilen of te verdoezelen. Denk hierbij aan bezwaartechnieken, afsluittechnieken, de zes invloedprincipes van Cialdini en ander manipulatief gedrag. Een beetje professionele commercieel professional heeft dit soort antieke verkooptrucs echt niet nodig. Je moet ze wel kunnen herkennen als ze tegen je gebruikt worden en zelf weten hoe je ze kunt neutraliseren.

Onderdeel 8: Taalrijkheid

Als je op een hoog niveau wilt kunnen communiceren is het belangrijk om je vocabulaire uit te breiden. Hoe groter je woordenschat en kennis van de taal hoe flexibeler je kunt formuleren en hoe beter je de ander kunt samenvatten en begrijpen.

Dit betekent veel lezen, woorden en begrippen opzoeken, synoniemen leren en luisteren naar sprekers op hoog niveau. Zeker als je meertalig actief bent in het commerciële vak is werken aan je woordenschat een must.

Onderdeel 9: Interactieniveaus

Hoe meer ervaren je wordt hoe beter je tijdens de interactie met anderen je je eigen communicatie kunt analyseren om, waar nodig, deze aan te passen. Er zijn vier interactieniveaus te onderscheiden: de inhoud van het onderwerp, het proces (de procedures van de communicatie), de relatie (hoe gaan we met elkaar om) en het huidige gevoel van de gesprekspartners. Als er blokkades optreden in de communicatie kun je bepalen op welk niveau deze optreedt zodat je actief kunt wisselen van interactieniveaus.

Onderdeel 10: Randgebieden van de communicatie

Het commerciële vak is breed en diep en specifieke communicatievaardigheden komen bij diverse aspecten van het vak aan bod. Je moet als commercieel professional een goede presentatie kunnen geven, een workshop kunnen faciliteren en een goede onderhandeling kunnen voeren. Maar ook klanten kunnen entertainen als je ze een avondje wilt fêteren, kennis hebben van etiquette en weten hoe je je behoorlijk kunt kleden voor iedere specifieke gelegenheid.

In actie komen

Alle gebieden van communicatie leren beheersen is geen kwestie van aanschuiven bij een periodieke workshop. Het vraagt toewijding en oefening. Dus zorg dat je structureel goede trainingsprogramma's volgt, lees maandelijks een boek over een van de onderdelen van communicatie, kijk in de stille uren informatieve video's en vraag actief feedback van collega's of je manager. Investeren in je communicatievaardigheden is de beste manier is om je eigen prestaties op lange termijn structureel te verbeteren.