

De kampioensvraag

Als salescoach ga ik regelmatig met commerciële professionals mee op klantenbezoek. Of het nu een gesprek is ter kennismaking, het proberen te beklinken van een nieuwe deal of gewoon 'even bijpraten' met de klant, het blijft fascinerend om een verkoopgesprek vanaf de zijlijn mee te maken. En hoe lang duurt gemiddeld zo'n gesprek? Een uur, misschien anderhalf?

Van begroeting tot afscheid blijft het voor de meeste verkopers een uitdaging om binnen deze tijd de communicatie open en productief te houden. En tegelijkertijd voldoende informatie op tafel krijgen, de klant uitdagen met nieuwe kennis en ideeën en doelgericht en procesmatig toewerken naar een positief resultaat. De meeste commerciële professionals hebben ondertussen wel geleerd dat het productiever is om klanten voldoende vragen te stellen, dan zelf een hoop te kletsen. Maar helaas laat de kwaliteit van de vragen nog erg te wensen over, waardoor het gesprek blijft kabbelen, geen diepgang krijgt en de klant niet het achterste van zijn tong laat zien.

Om echt een goede vragensteller te worden moeten commerciële professionals meer leentjebuurt gaan spelen bij een ander gilde: de journalistiek. En in het bijzonder bij de interviewers. Die hebben net als iedere commerciële professional een moeilijke taak: binnen een kort tijdsbestek een sterk en relevant verhaal optekenen uit de mond van hun gesprekspartner. Ze hebben immers maar een beperkte tijd of een aantal regels tekst ter beschikking. En hiervoor gebruiken ze zeer specifieke vraagtechnieken. Een daarvan is de kampioensvraag. Het is een type vraag die iedere journalist wordt aangeleerd en in vrijwel ieder vraaggesprek op radio, televisie en printmedia wordt gebruikt. De essentie van de kampioensvraag bestaat uit maar drie letters: "ste". Mooiste, moeilijkste, leukste, interessantste, beste. Je vraagt dus via de overtreffende trap.

Bekende praatjes

Laat ik als voorbeeld een situatie nemen die de meesten zullen herkennen vanuit de eigen organisatie. Een collega is net terug van drie weken vakantie en komt voor het eerst weer op kantoor. Hoe verlopen de gesprekjes met deze collega over het algemeen?

"Heb je een beetje leuke vakantie gehad?"

"Ja hoor, was prima."

"Waar ben je ook alweer geweest?"

"Italië, het Gardameer"

"Oh ja, mooi is het daar hè, en hoe was het weer?"

"Lekker hoor, bijna iedere avond buiten gegeten."

"Klinkt goed."

"Zeker, we hebben erg genoten."

Een bekend praatje pot zonder enige diepgang, waarbij er geen enkele relevante informatie op tafel komt. De vragensteller is beleefd, de vakantieganger antwoordt in algemeenheden. Door een kampioensvraag te stellen had je veel meer informatie gekregen en had de vakantieganger met meer plezier uitgebreider verteld. Kampioensvragen zijn dan bijvoorbeeld: Wat vind je het mooiste aan het Gardameer? Wat was het lekkerste eten? Wat vond je het hoogtepunt van je vakantie? Als je mensen vraagt via de overtreffende trap, zijn ze veel meer geneigd om dieper in te gaan op het onderwerp.

Waarom zijn ze effectief?

Kampioensvragen zijn effectief omdat ze de ander dwingen om dieper na te denken en echt over de essentie van het onderwerp te vertellen. Daarom zijn deze vragen dan ook productief in commerciële gesprekken. Je kunt hiermee je gesprekspartner uitdagen om dieper in te gaan op de onderwerpen die je aansnijdt. Dus je gesprekspartner is hiermee ook blij, want het gesprek gaat echt ergens over. Wat is uw grootste uitdaging bij het realiseren van dit project? Wat is het belangrijkste wat wij als leverancier hierbij kunnen bijdragen? Wat was uw mooiste opdracht van het afgelopen jaar? Wat was het moeilijkste moment tijdens de crisis? Natuurlijk gebruik je kampioensvragen spaarzaam. Het moet geen trucje worden, maar slechts een hulpmiddel om je gesprekspartner te activeren om meer en betere informatie op tafel te krijgen.

Om jezelf te bekwamen in het stellen van kampioensvragen kun je een aantal dingen doen. Analyseer bijvoorbeeld eens vraaggesprekken op televisie en tel hoe vaak de kampioensvraag komt: wat vind je het beste liedje? Welke mensen hebben je het meeste beïnvloed? Geef eens een top drie aan van de belangrijkste wetenschappers. Wat was het moeilijkste moment na het ongeluk? In alle talkshows komen ze langs. Verder kun je in al je eigen sociale gesprekken met vrienden, familie en collega's kampioensvragen gebruiken. Zit je buurman ieder weekend te vissen? Vraag eens wat hij het mooiste vindt aan deze sport. Wil je dochter niks vertellen over wat ze op school meemaakt? Vraag eens wat het leukste was wat ze heeft meegemaakt die



dag. En die collega die terugkomt van een wereldreis? Vraag dan eens naar het indrukwekkendste dat hij heeft beleefd.

De volgende keer dat ik met je meega tijdens een klantenbezoek of meeluister tijdens een acquisitiesprek ben ik benieuwd naar je vragen. Ik heb er alvast een voor jou: wat was de beste informatie die je hebt gekregen van je klant, nadat je een kampioensvraag had gesteld?