

# De startmotor van een goed gesprek

*Als verkoper wil je graag dat een klant uitgebreid en met plezier praat over de onderwerpen waarnaar je vraagt. Niet alleen tijdens een social talk, ook aan het begin van een inhoudelijk complex verkoopgesprek. Hoe pakt u dat slim aan?*

## Waarom is dit eigenlijk belangrijk?

Als verkoper is het aan te raden om de klant alle ruimte en tijd te geven om te praten over zijn bedrijf, de markt en de producten of diensten die hij levert. Ook u wilt waarschijnlijk meer weten over het bedrijf, over de problemen waar de klant mee te kampen heeft (de 'pijn') en over de wensen en eisen die hij stelt aan leveranciers. Om dit voor elkaar te krijgen, moet u uw gesprekspartner 'op de praatstoel' zien te krijgen. In het begin van een verkoopgesprek duurt het enige tijd voordat een gesprek op gang komt. U moet even aan elkaar wennen. Na een inleidend praatje over weer en verkeer stellen de verkoper en de klant zichzelf en hun bedrijf vaak voor. Deze aanpak is een veilige, maar voorspelbare manier om een gesprek op gang te krijgen en het kost behoorlijk wat tijd. Het kan sneller, met een 'motorisch-momentvraag'.

## De startmotor van ieder gesprek

Een 'motorisch moment' is een gebeurtenis die andere gebeurtenissen op gang brengt. Een motorisch-momentvraag is een vraag die uw gesprekspartner meteen uitdaagt, aan het denken zet of met plezier laat vertellen. Die kan als 'startmotor' dienen voor een goed gesprek.

**Dat doet u als volgt.** Na een korte inleiding vraagt u de klant naar zijn visie, de ontwikkelingen, trends of ervaringen van bijv. zijn markt, het bedrijf, zijn vak of de producten of diensten die hij levert. Het effect van een motorisch-momentvraag is dat een klant geneigd is om enthousiast en uitvoerig te gaan vertellen. De klant klimt als het ware op de praatstoel. Wij geven u hierna enkele voorbeelden.

- o Uw klant werkt in de hypotheekmarkt: *"Wat is uw visie op de veranderde omstandigheden in de hypotheekmarkt?"*
- o Uw klant werkt als inkoper voor het bedrijf: *"Welke trends bespeurt u de laatste 12 maanden binnen het professionele inkoopvak?"*
- o Uw klant levert ICT-diensten: *"Welke ontwikkelingen voorziet u in uw dienstenpakket voor het komende jaar?"*

## Dit werkt ook in een 'social talk'

Om een klik te krijgen met een klant is een leuke social talk een sterk middel. Zeker in de consumentenverkoop van bijv. meubels, auto's of keukens is een goede social talk de basis van het gegund worden van de opdracht. Tijdens een social talk kunt u ook motorisch-momentvragen gebruiken om een klant op een prettige manier aan de praat te krijgen. Vraag hierbij naar leuke ervaringen, anekdotes of zaken waar men met plezier op terugkijkt.

- o Een klant vertelt dat hij vroeger op de grote vaart heeft gezeten: *"Wat is de leukste ervaring die u heeft meegemaakt tijdens uw reizen?"*
- o U hoort dat de klant vroeger in het Midden-Oosten heeft gewerkt: *"Wat is de grappigste anekdote die u zich kunt herinneren uit die tijd?"*
- o U krijgt te horen dat de klant 30 jaar als vrijwilliger heeft gewerkt bij een sportvereniging: *"Op welke zaken kijkt u met plezier terug in die 30 jaar?"*

## Let op deze voorwaarde

Belangrijk is dat u als verkoper positief nieuwsgierig en écht geïnteresseerd moet zijn. Plichtmatig vragen stellen en luisteren zal de klant niet als positief ervaren en het werkt contraproductief.

*Met een motorisch-momentvraag brengt u een verkoopgesprek snel op gang. Vraag naar ervaringen of anekdotes en doe een appel op de kennis van de klant en het gesprek krijgt meteen vaart en diepte.*