

De 4x4 matrix

Altijd een goede vraag
kunnen stellen



De 4x4 Matrix

Auteurs: Harro Willemsen en Arjo Bunnik

Datum van uitgave: december 2016

Versie: 1.0

© 3to1. Alle rechten voorbehouden.

Deze hand-out behoort bij onze salesvideo 'case stories'. Deze video is te vinden op onze website en op ons youtube kanaal. www.3to1.nl/4x4matrix

Deze uitgave is kosteloos te downloaden vanaf onze website.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in geautomatiseerde gegevensbestanden of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van 3to1. Delen van de gebruikte teksten zijn overgenomen en aangepast uit diverse bronnen.

Ondanks alle zorg die aan de samenstelling van deze hand-out is besteed, kan noch de auteur, noch 3to1, aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.

De 4x4 matrix

Inleiding

Het is geen nieuws voor je dat een succesvolle commerciële professional een hoop vragen stelt aan zijn klanten en prospects. Niet alle vragen zijn echter even goed. Iedere zakelijke gesprekspartner is dol op goede en scherp geformuleerde vragen. Maar hij zit niet te wachten op slappe vragen op het niveau van: “Wat doen jullie precies” of “Zijn jullie tevreden over de huidige leverancier”. Dan heb je nog de koning van de meest gestelde vragen: “Waar ligt u ’s nachts wakker van?” Als je je gesprekspartner in slaap wilt sussen, moet je vooral met dit soort vragen aankomen.

Veel beter is om tijdens je voorbereiding van het gesprek op zoek te gaan naar positief kritische vragen die je kunt stellen om je gesprekspartner te activeren. Dit zijn zogeheten positioneringsvragen. Als je een paar minuten zoekt op social media, de website van de klant of wat Google-zoekopdrachtjes geeft, krijg je een hoop informatie op basis waarvan je scherpe vragen kunt formuleren.

Voorbeelden van positioneringsvragen

Hieronder staan enkele voorbeelden van positioneringsvragen, die je vanuit je voorbereiding hebt geformuleerd:

🔵 Over het vakgebied of interesses van de klant:

- *“Ik heb begrepen dat u naast hoofd van de afdeling Inkoop van deze organisatie, ook actief bent bij de NEVI. Tijdens een gesprek met een collega-inkoper van u, kreeg ik te horen dat de NEVI steeds strengere eisen gaat stellen aan nieuwe leden. Wat is uw kijk hierop?”*
- *“Ik heb gelezen dat u naast directeur van dit bedrijf, ook voorzitter bent van een zakennetwerk in Amsterdam. Wat voor soort netwerk is dat eigenlijk?”*

De 4x4 matrix

Over de organisatie van je gesprekspartner:

- *“Ik las bijvoorbeeld in een artikel in het Financieel Dagblad, dat jullie flink gaan investeren in Oost-Europa. Waarom juist kiezen voor Oost-Europa en niet bijvoorbeeld voor het Verre Oosten?”*
- *“Ik heb uit een aantal publicaties begrepen dat jullie flink wat overnames hebben gedaan de afgelopen drie jaar. Hoe verloopt de integratie van deze overnames?”*

Over hun producten of diensten:

- *“In een vakblad stond een mooie advertentie van een nieuwe productlijn, die jullie deze zomer gaan introduceren. Wat zijn jullie verwachtingen hiervan?”*
- *“Ik heb begrepen van een aantal van jullie collega's in de markt, dat zij veel last hebben van goedkope imitaties uit China. Hoe gaan jullie hiermee om?”*

Effecten van positioneringsvragen

Het stellen van positioneringsvragen heeft een aantal positieve effecten op je gesprekspartner en ook op de loop van het gesprek, want:

- Je toont aan dat je goed bent voorbereid.
- Je verschilt op een positieve manier sterk van collega-verkopers in de markt.
- De klant wordt geactiveerd en wil meteen praten over een prettig onderwerp
- Je vindt bijna automatisch een natuurlijke opstap naar de volgende fase van het gesprek.
- Je profileert jezelf als gelijkwaardige gesprekspartner.

Het is niet de bedoeling om veel positioneringsvragen achter elkaar te stellen, één of twee is vaak al voldoende om een gesprek op gang te brengen. Voorts lijkt het alsof je met positioneringsvragen meteen met de deur in huis valt.

De 4x4 matrix

Dit is ook zo maar je toont hiermee wel respect te hebben voor de beschikbare tijd van de klant. Bovendien door de heldere en krachtige manier van brengen, verkoop je jezelf en toon je direct je eigen professionaliteit.

De 4x4 matrix

Als je geen tijd hebt gehad om je voor te bereiden of je komt een klant of prospect onverwacht tegen tijdens bijvoorbeeld een netwerkgelegenheid, dan kan de 4x4 matrix uitkomst bieden.



De 4x4 matrix bestaat uit twee kanten. Links staan de woorden *ervaring*, *trends*, *visie* en *ontwikkelingen*. Rechts staan *vak/beroep*, *organisatie/bedrijf*, *markt/branche* en *product/dienst*. Door van beide kanten een woord te kiezen, kun je dus 16 vragen samenstellen die altijd een goede indruk maken bij je gesprekspartner en zou het de start kunnen zijn voor een goed inhoudelijk gesprek.

Je combineert bijvoorbeeld de woorden *trends* met *markt*. Dan stel je als vraag:

“Wat zijn volgens u op dit moment de belangrijkste trends binnen uw markt?”

De 4x4 matrix

Of je combineert *ontwikkelingen* met *product*. Dan stel je als vraag:

“Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen binnen jullie productenprogramma voor het komende jaar?”

De opmaat

Hoe je het ook combineert, vanuit de 4x4 vragenmatrix kun je altijd een nuttige en gespreksverdiepende vraag samenstellen. Een vraag die de opmaat kan zijn voor een inhoudelijk scherp en uitdagend gesprek.

Over 3to1



Wij verzorgen trainingen, workshops, presentaties en coaching op het gebied van commercie, communicatie en management. We combineren de meest actuele commerciële kennis met de krachtigste trainingsmethoden met maar een doel: resultaten halen voor onze klanten.

3 staat tot 1: de verhouding tussen een excellerende en een gemiddelde medewerker. Een excellerende medewerker behaalt drie keer meer omzet, marge, afspraken, deals, nieuwe klanten. Drie keer meer. 3to1.

Onze missie is simpel: We brengen mensen van gemiddeld naar excellerend. Van 1 naar 3. Door training, coaching, workshops, kennis, inspiratie, presentaties en maatwerkprogramma's.

Wij werken met de beste trainers: echte praktijkmensen, die salesteams, vakspecialisten en managers praktische vaardigheden bijbrengen op het gebied van verkopen, presenteren en communiceren. Wij vinden de kwaliteiten van mensen binnen de organisatie het enig echt onderscheidend vermogen van het bedrijf en wij werken aan de verbetering van die kwaliteiten.

Link, like of volg ons:



[linkedin.com/company/3to1](https://www.linkedin.com/company/3to1)



twitter.com/3to1salesartist



facebook.com/3to1.nl



3to1salesartists.tumblr.com