

Telemarketeerskramp

Iedereen die weleens op vakantie is geweest naar een tropisch land herkent deze situatie. Je loopt op straat of het strand en er komt een 'local' op je af. De eerste woorden die je hoort zijn "Hello, where are you from?" De allereerste keer dat je dit overkomt denk je nog dat de ander een leuk gesprek wil voeren totdat je erachter komt dat de vriendelijke woorden het startschot zijn om jou iets te verkopen. Vanaf dat moment ben je geconditioneerd en iedere keer dat een 'local' je begroet met een vrolijke vraag denk je meteen: die wil me iets verkopen. Dus loop je direct door en knoop je dit soort gesprekjes niet meer aan.

Hetzelfde principe geldt voor de telefoon. Voor de invoering van het Bel-me-niet Register zijn we allemaal als consument lastiggevallen door onervaren, script voorlezende telemarketeers. Terwijl je bezig was het avondeten te bereiden ging de telefoon en een zangerige, overdreven correcte stem aan de andere kant van de lijn vroeg "of het even schikte". Binnen enkele seconden herkenden we aan de andere kant van de telefoon een telemarketeer, die iets wilde verkopen.

Zodra we vaststellen dat we te maken hebben met een telemarketeer, hebben we de natuurlijke neiging om zo snel mogelijk van de ander af te komen. We schieten in de 'telemarketeerskramp'. Onze zakelijke contacten zijn ook alle consument in hun privé-tijd en hebben allemaal met dit fenomeen te maken. Zij zijn dus ook geconditioneerd geraakt en schieten dus gemakkelijk in een telemarketeerskramp, ook als ze zakelijk worden gebeld.

Bij het plegen van zakelijke telefonische acquisitie hebben we hiermee ook sterk te maken. Als onze gesprekspartner na drie seconden telefoongesprek telemarketeerskramp krijgt sta je meteen met 3-0 achter. Er wordt amper meer geluisterd, over vragen wordt niet nagedacht en van een serieus gesprek is geen sprake meer. Je gesprekspartner heeft dan direct de neiging om je af te poeieren. Dit betekent dat we moeten voorkomen dat onze zakelijke gesprekspartners ons associëren met een telemarketeer. Want als dat gebeurt is een vruchtbaar gesprek voeren vrijwel onmogelijk.

Voorkomen van kramp

Om te vermijden dat onze gesprekspartners in een telemarketeerskramp schieten, volgen we een simpele regel: alles wat telemarketeers doen, doen wij niet. Geen taal, maniertjes, teksten of methoden die telemarketeers gebruiken. We vermijden al het gedrag waardoor de ander ons doet associëren met een telemarketeer. Ik heb de belangrijkste negen gedragingen op een rijtje gezet en dat gedrag moet jij dus voorkomen in je zakelijke acquisitiesprekken.

Oplezen. De grootste groep telemarketeers leest een script voor. Van A tot Z, volgens het boekje. Dat hoor je en merk je meteen. Lees dus geen strak vormgegeven script voor maar gebruik hooguit een spiekblaadje met wat vragen of ideeën.

Intonatie. Telemarketeers hanteren een vrolijke, gezellige om soms wat zangerige intonatie. Dat is een zogeheten 'bel-stem'. Het verradert meteen dat ze iets van je willen. Kies liever voor je normale 'praat-stem'. Deze is meestal wat zakelijker en vlakker en vaak een of twee octaven lager dan je gebruikelijke 'bel-stem'.

Perfectie. Als een goed ingestudeerd toneelstuk rollen de zinnen uit je mond, keurig gearticuleerd, netjes en beleefd. Oei, dat lijkt wel een telemarketeer. Je mag (en moet bijna) euh-en, zoeken naar woorden en niet overdreven beleefd zijn. Het moet klinken alsof je het eerste telefoontje van de dag doet, niet nummer 41.

"Heeft u even tijd?" Het is natuurlijk beleefd om te vragen of je telefoontje schikt. Maar het is ook een echte telemarketeersvraag, dus stellen wij deze niet. Als je gesprekspartner de telefoon oppakt, ga je ervan uit dat hij of zij tijd heeft. Zo niet, dan vertellen ze dat vanzelf en kun je vragen wanneer het beter schikt.

"Bent u degene die gaat over..?" Nog een echte telemarketeersvraag. Even controleren of ze de juiste persoon aan de lijn hebben. Ga ervan uit dat je gesprekspartner de juiste persoon is. Als dit niet zo is, wordt je vanzelf gecorrigeerd.

De perfecte marketing pitch. Na de begroeting gaat de telemarketeer los met een goed lopende, twee minuten durende marketing pitch, volgepakt met vaktaal, superlatieven en perfect geplaatste komma's en punten. Dat lijkt op Tell Sell en dat doen we dus niet. Zolang je geen echt contact hebt gemaakt, luistert de ander toch niet. Die denkt alleen maar: "Hoe kom ik van deze verkoper af."

Meteen moeilijke open vragen. Iedere verkoper heeft geleerd om open vragen te stellen. Maar na goedemorgen en je naam noemen, beginnen met de vraag: "Welke gevolgen hebben de pensioenplannen voor uw financiële toekomst?" is niet de ideale start van een gesprek. Telemarketeers doen dat. Wij dus niet. Begin met eenvoudige, korte vragen. Als je eenmaal in gesprek bent, kun je langzaam de moeilijkheid van je vragen opvoeren.

De naam van de klant voortdurend noemen. “Ja meneer Jansen, wij hebben een goed product om daarbij te helpen meneer Jansen. Wat zegt u meneer Jansen? Goede vraag meneer Jansen”. Dat is heel irritant. Je bent geen robot, die een telefooncursus heeft gevolgd. Noem een keer je naam aan het begin of einde van het gesprek en misschien een keer tussendoor als het gesprek lang duurt. Dat is meer dan genoeg.

Teveel enthousiasme. Een teveel aan enthousiasme is typisch des telemarketeers. “Ja! We zijn geweldig! Onze producten zijn fantastisch! Echt heel mooi!” en meer van deze aangedikte taal. Een te groot enthousiasme werkt averechts. Als het te mooi lijkt om waar te zijn, denken ze dat ook. Blijf reëel, vertel waar de meerwaarde voor de klant zit, liefst met een case story. Doe dit op een professionele, rustige manier. De relatie blijft dan ook meteen gelijkwaardig.

Tenslotte

Telemarketeerskramp is de belangrijkste reden dat acquisitiegesprekken voortijdig stranden. De beste manier om ervan af te komen is je gesprekken een keer terugluisteren en vaststellen welke telemarketeersgedragingen in jouw gesprekken voorkomen. Als je deze een voor een elimineert zullen je gesprekspartners minder snel in een telemarketeerskramp schieten en kun je een echt gesprek gaan voeren.