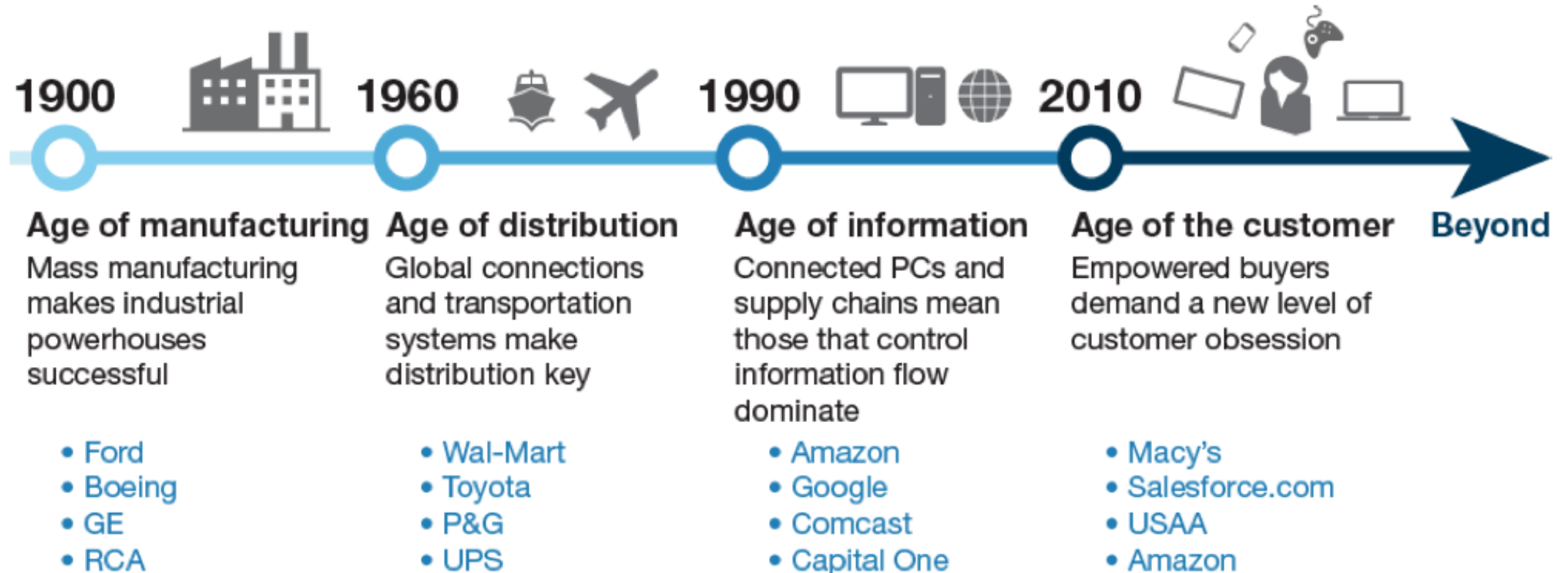


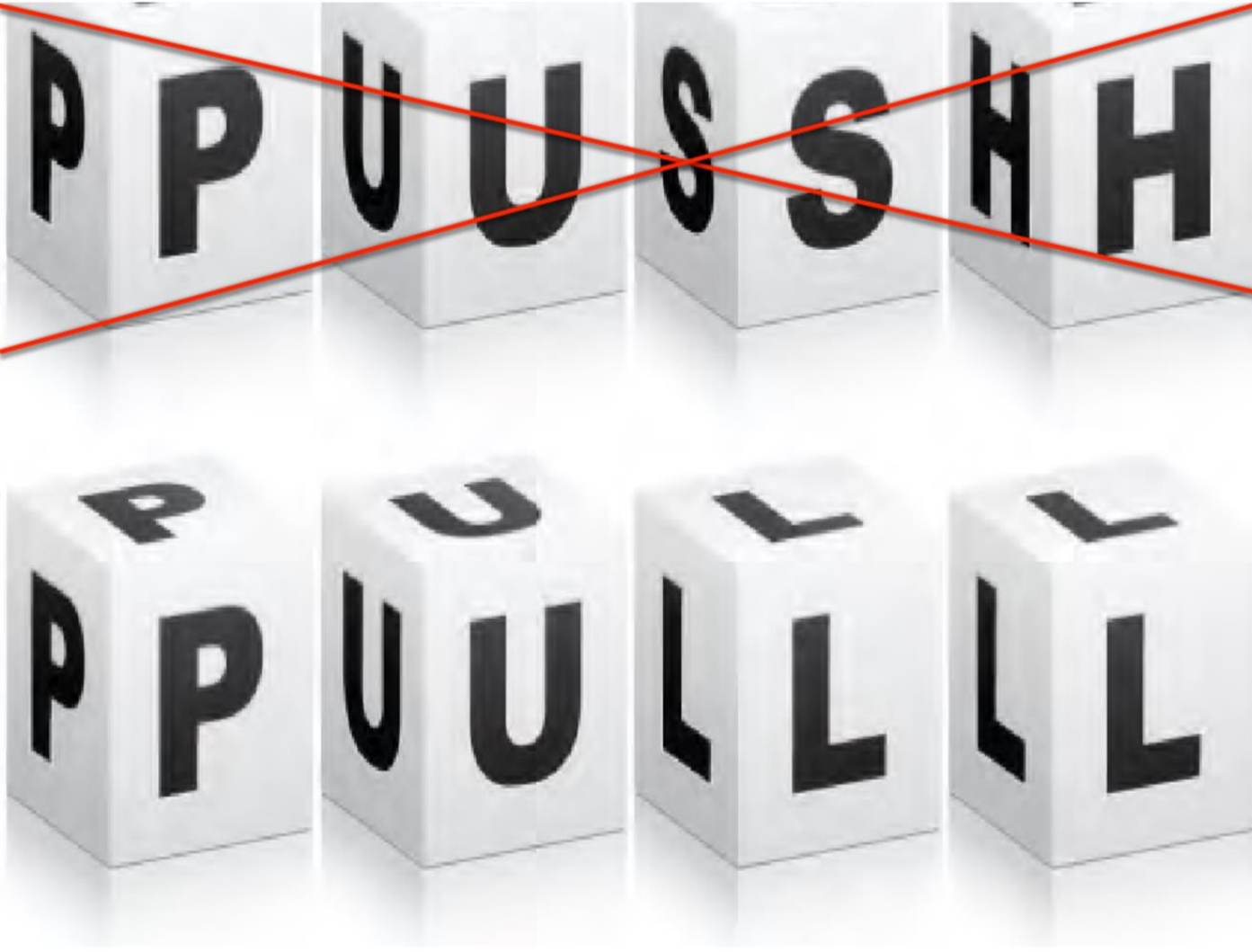
# Welkom – the Age of the Customer

FORRESTER®



Source: October 2013, "Competitive Strategy In The Age Of The Customer" report

# Een continue evolutie



- Door-to-Door
- Phone-Sales
- Pain Focused
- Solution Based
- Consultative
- Value Based Selling
- Persona Based

# Het aankoopgedrag is sterk veranderd



# OLD SCHOOL



**Sales gaat vandaag over het  
Overtuigen van anderen en  
Invloed hebben op mensen.  
We zijn met z'n allen in sales!**

**‘Always be helping’** is de nieuwe  
“Always be closing”. Uw prospects  
verwachten dat u **toegevoegde  
waarde** kan bieden richting hun  
dromen, doelen en behoeften

# NEW SCHOOL Sales

1. **Hebben Impact op zichzelf**
2. **Hebben invloed op hun klanten**
3. **Zijn congruent, charismatisch, diplomatisch**
4. **Stellen duidelijke doelen, focus & meten**
5. **Bouwen snel vertrouwen op, sterke inleving**
6. **Kwalificeren effectief**
7. **Geven redenen en motivaties tot aankoop**
8. **Bouwen aan een netwerk**
9. **Consulteren hun klant op meerdere vlakken**
10. **Hun werk = passie & ze laten nooit los**

# NEW SCHOOL

## WAS

Rapport

Behoeften vinden

Waarde opbouwen

Verlangen creëren

Bezwaren weerleggen

De verkoop sluiten

## IS

Rapport, vertrouwen

Behoeften vinden

Waarde opbouwen

Verlangen creëren

Bezwaren weerleggen

De verkoop sluiten



# Verkoopscyclus

## Focus Prospectie



Prospectie en opvolging Leads

## De druk bij Prospectie

1

Slechts één kans om een goede indruk te maken



30 seconden om de aandacht te trekken van een senior 'decision maker'



Hoe hoger het contact geplaatst is = hoe minder tijd je hebt



Het eerste onderhoud vereist dat je binnen de 2 minute credibiliteit wint



**“91% of the time, cold calling doesn’t work.”**

**“90% of C-Suite executives say they never respond to cold calls or email blasts.”**

-- Harvard Business Review

82%

of B2B decision makers  
think sales reps are  
unprepared.

--Sirius Decisions



Customers  
are already

**57%**

of the way down  
the purchase path  
before they consider  
engaging with you.

Source: Gartner  
© 2018 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

**Gartner**

## Communiceren met impact: Prospectie Activiteiten

