



Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen

PETER KALISHOEK

De praktijk

Veel technici die verkopen missen omzet en opdrachten, doordat:

- Ze geen duidelijke structuur hebben in hun verkoopproces.
- Ze niet weten wie hun meest ideale klant is.
- Ze te veel focussen op technische details in plaats van de klantbehoeften.
- Ze geen pijplijn hebben waarmee ze hun omzet kunnen voorspellen.

Waarom is een goede verkoopstrategie belangrijk?

Een gestructureerde verkoopaanpak zorgt ervoor dat je niet afhankelijk bent van toevallige opdrachten. Dat geeft je zekerheid en financiële rust.

Met een passende verkoopstrategie:

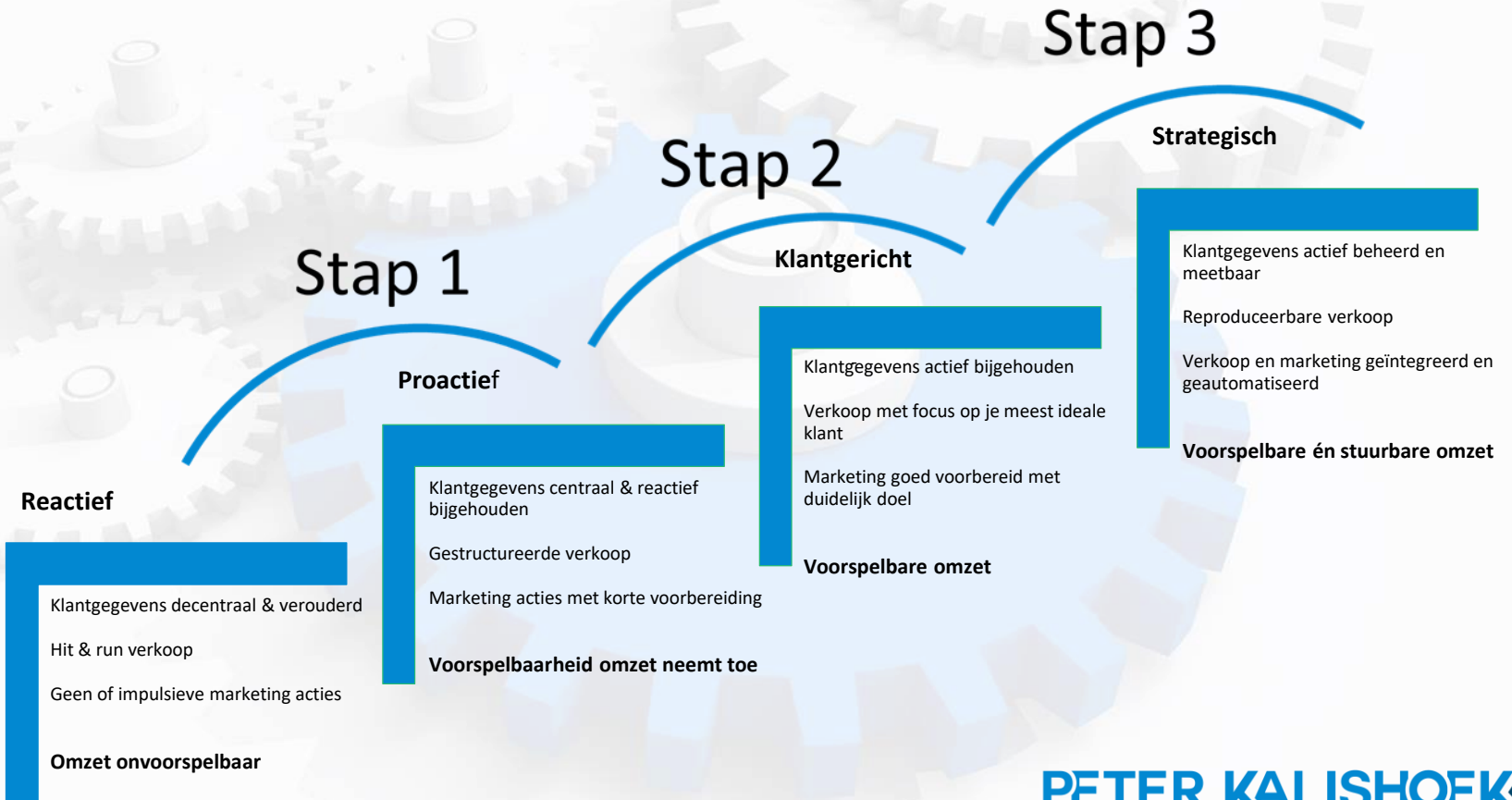
- ✓ Creëer je een continue en voorspelbare stroom aan opdrachten.
- ✓ Trek je de juiste klanten aan.
- ✓ Behoud je focus op je vakgebied, zonder stress over de verkoop.
- ✓ Heb je controle over je verkoopproces en weet je precies wanneer je welke stappen moet zetten.

Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen

Je verkoopstrategie optimaliseer je aan de hand van de verkoopladder.

1. Bepaal je doel. Waar wil je met je bedrijf en je verkoop naar toe?
Met een duidelijk doel voor ogen ontwikkel je sneller.
2. Bepaal waar op de verkoopladder jouw verkoopstrategie zich bevindt.
3. Je kunt stappen overslaan door alles in één keer goed op te zetten en in te richten.

Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen



Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen

Stap 1

Reactief

Klantgegevens decentraal & verouderd
Hit & run verkoop
Geen of impulsieve marketing acties

Omzet onvoorspelbaar

Proactief

Klantgegevens centraal & reactief bijgehouden

Gestructureerde verkoop

Marketing acties met korte voorbereiding

Voorspelbaarheid omzet neemt toe

Klantgericht

Klantgegevens actief bijgehouden

Verkoop met focus op je meest ideale klant

Marketing goed voorbereid met duidelijk doel

Voorspelbare omzet

Strategisch

Klantgegevens actief beheerd en meetbaar

Reproduceerbare verkoop

Verkoop en marketing geïntegreerd en geautomatiseerd

Voorspelbare én stuurbare omzet

Stap 1 – van Reactief naar Proactief

De kern van deze stap is het **structureren en optimaliseren** van je verkoopstrategie, waarmee je grip hebt op je verkoopkansen.

- Bepaal je missie als verkoper. Wat wil jij voor je klanten betekenen en hoe wil je met ze omgaan?
- Breng de fases in kaart die je klanten doorlopen in je verkoopproces. Bijvoorbeeld suspect/10%, prospect/20%, offerte/50%, etc.
- Zet een eenvoudige, maar effectieve verkooppijplijn op met alle potentiële opdrachten en klanten in de juiste fase inclusief de orderwaarde. Bereken de waarde van de verkoopkans door de orderwaarde met het % van de verkoopfase te vermenigvuldigen.

PS: het % is **niet de kans** op de opdracht, maar het % van de fase in het verkoopproces.

Stap 1 – van Reactief naar Proactief

De resultaten van stap 1 zijn:

- ✓ Je missie als verkoper is jouw persoonlijk kompas waarop je je commerciële keuzes maakt. Met je missie onderscheid jij je in de markt.
- ✓ Je actuele pijplijn geeft je inzicht in je belangrijkste en succesvolste verkoopkansen. Daaraan besteed je gericht tijd en energie.
- ✓ Met je pijplijn behoud je het overzicht op je omzetdoelstellingen en weet je wanneer je meer aan acquisitie moet doen om deze te behalen.

Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen

Stap 2

Reactief

Klantgegevens decentraal & verouderd
Hit & run verkoop
Geen of impulsieve marketing acties

Omzet onvoorspelbaar

Proactief

Klantgegevens centraal & reactief bijgehouden

Gestructureerde verkoop

Marketing acties met korte voorbereiding

Voorspelbaarheid omzet neemt toe

Klantgericht

Klantgegevens actief bijgehouden

Verkoop met focus op je meest ideale klant

Marketing goed voorbereid met duidelijk doel

Voorspelbare omzet

Strategisch

Klantgegevens actief beheerd en meetbaar

Reproduceerbare verkoop

Verkoop en marketing geïntegreerd en geautomatiseerd

Voorspelbare én stuurbare omzet

Stap 2 – van Proactief naar Klantgericht

In deze stap breng je **focus** aan op je meest ideale klant.

De acties in stap 2 zijn:

- Bepaal wie voor jou de meest ideale klant is. Deze klant levert je de hoogste waarde op en is de beste match met je. Wat zijn de kenmerken van deze klant? Welke klanten in je klantenbestand voldoen nog meer aan deze kenmerken en welke niet?
- Ontwikkel een heldere en korte boodschap die aansluit bij de uitdagingen en behoeften van deze meest ideale klanten. In Jip-en-Janneke taal en in maximaal 3 zinnen, zodat je buurvrouw en je zwager ook snappen wat jij doet en voor wie.

Stap 2 – van Proactief naar Klantgericht

In deze stap breng je **focus** aan op je meest ideale klant.

Vervolg actie in stap 2 is:

- Vertaal de eigenschappen en kenmerken van je product of dienst naar voordelen voor deze meest ideale klant.
- Pas dit in je verkoopgesprekken toe, zodat je niet verkoopt, maar je klanten helpt en adviseert.

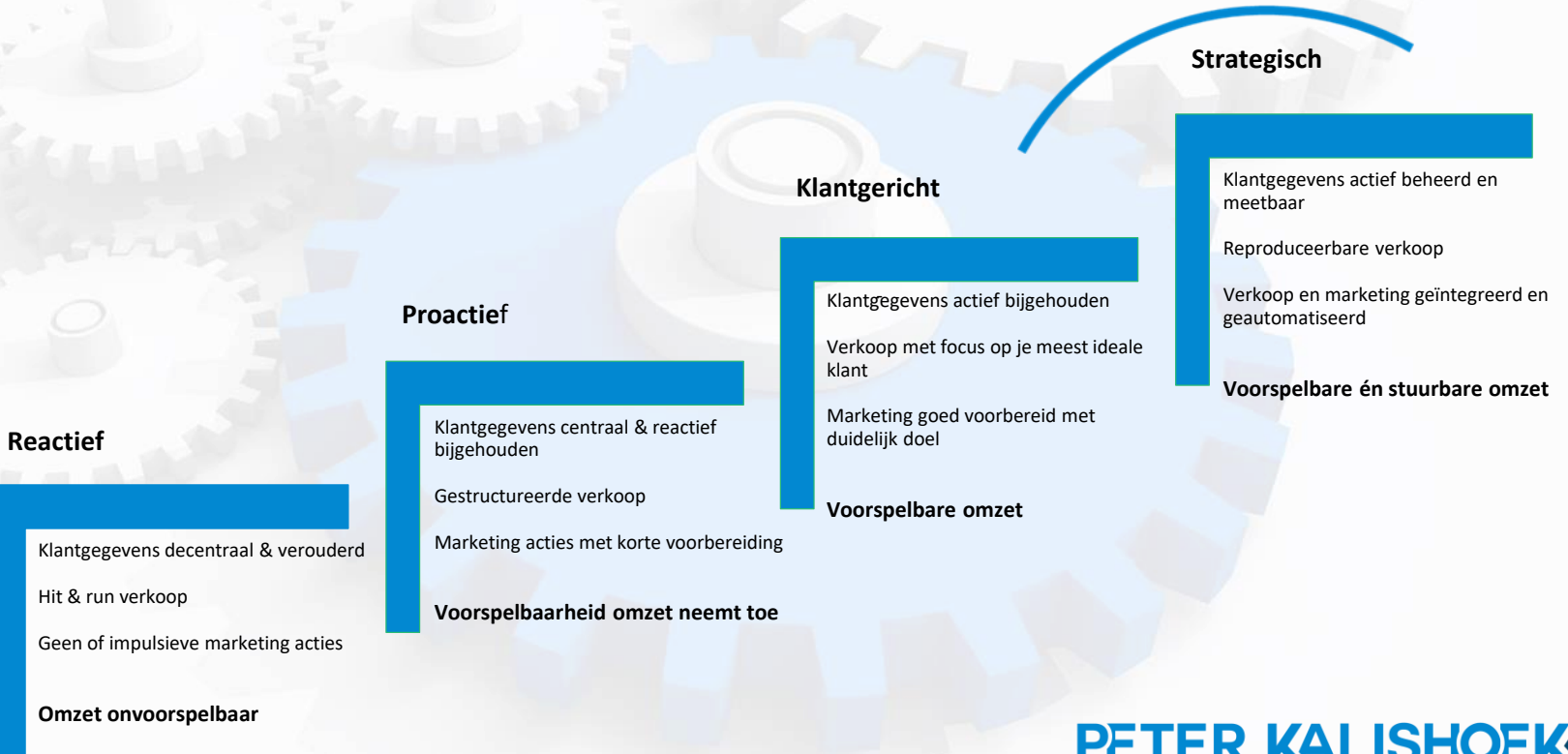
Stap 2 – van Proactief naar Klantgericht

De resultaten van stap 2 zijn:

- ✓ Je heb een opgeschoond bestand van klanten die goed bij jou passen en je willen betalen voor wat jij doet.
- ✓ Je hoeft geen tijd en energie meer te besteden aan klanten die nooit bij je gaan kopen.
- ✓ Je hebt jou onderscheidende niche in de markt gevonden.
- ✓ Doordat veel mensen snappen wat jij doet en voor wie, kunnen en zullen ze je helpen bij het promoten en verkopen van jouw product of dienst.

Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen

Stap 3



Stap 3 – van Klantgericht naar Strategisch

In deze stap **standaardiseer** je jouw verkoopproces en daarmee word je omzet voorspelbaar.

De acties in stap 3 zijn:

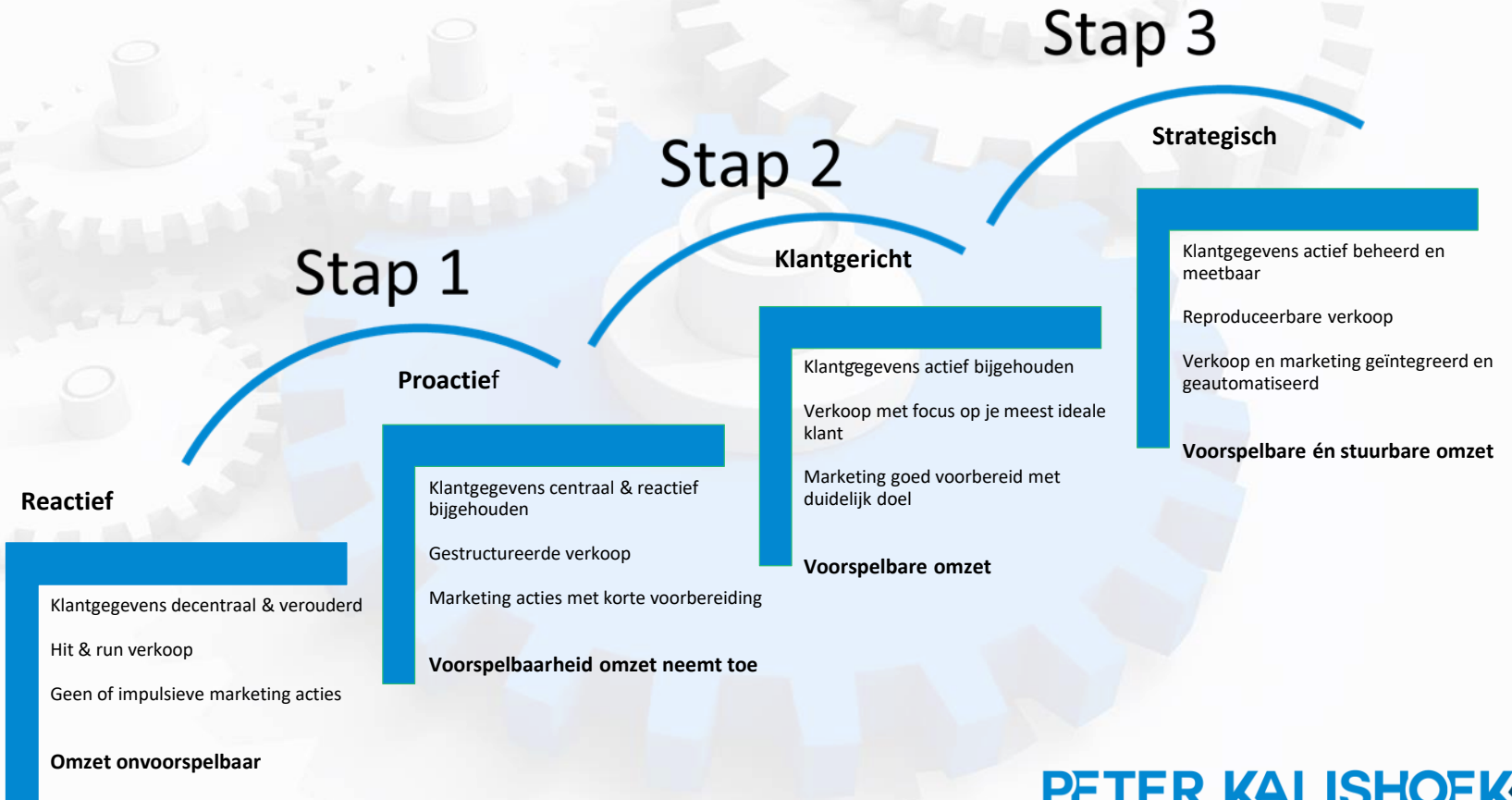
- Gebruik een eenvoudig CRM-systeem om je klantgegevens, verkoopkansen en marketingactiviteiten efficiënt te beheren.
- Standaardiseer alle onderdelen in je verkoopproces.
- Meet de resultaten van je verkoopinspanningen en marketing-activiteiten, zodat je weet wat werkt en wat niet. Optimaliseer waar nodig.

Stap 3 – van Klantgericht naar Strategisch

De resultaten van stap 3 zijn:

- ✓ Een continue stroom aan opdrachten van klanten die jou herkennen als degenen die de oplossing heeft voor hun probleem.
- ✓ Je hoeft niet steeds opnieuw het wiel uit te vinden, maar optimaliseert wat werkt.
- ✓ Een gestroomlijnd, effectief verkoopproces met voorspelbare en stuurbare omzet.

Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen



Optimaliseer je verkoopstrategie in 3 stappen

Wil jij een verkoopstrategie die werkt?

Maak dan een [afspraak](#). Samen kijken we welke oplossing het beste bij jou past.



Peter Kalishoek
Salescoach voor technici

[coaching – boek - advies](#)

Succesvolverkopenvoortechnici.nl

PETER KALISHOEK