****

De waarde van je oplossing duidelijk krijgen. Concreet uitrekenen wat het de klant kan opleveren, als jij ingehuurd wordt.

**Stap 1. Vraag de klant naar de implicaties van een bepaald probleem**

1. aantal potentiele klanten misgelopen
2. aantal klanten weggelopen
3. ziekteverzuim
4. ontevreden klanten (herstel- en klantcontactkosten)
5. misgelopen carrièrekansen (hoeveel zou iemand kunnen verdienen t.o.v. huidige inkomen)
6. medewerkers die weglopen
7. kosten van fouten en uitval
8. gezin dat niet goed functioneert
9. partner die wegloopt
10. ….

**Stap 2. Breng nu de concrete kosten van deze implicaties boven water per stuk, per maand of per jaar**

1. 1 klant levert 3000 euro op. 10 klanten leveren dus 30.000 euro op
2. ziekteverzuim kost 20.000 euro per jaar
3. ontevreden klant levert 1 extra medewerker op om te herstellen. 1 medewerkers kost 20.000 euro per jaar.
4. misgelopen carrièrekansen: je kunt 100.000 euro verdienen, je verdient nu 70.000. Is 30.000 euro verschil
5. medewerker die wegloopt: het kost aan inwerktijd en werving 5000 euro. 5 medewerkers kosten 25.000 euro
6. kosten van fouten en uitval: 50.000 euro per jaar
7. gezin dat niet goed functioneert: kinderen blijven zitten, zitten niet op juiste school. Implicaties hiervan in financieel opzicht?
8. partner die wegloopt: in kleiner huis gaan wonen, op alimentatie leven etc.

Kosten: Aantal:

**Stap 3. Tel de kosten bij elkaar op**

Totale kosten als ze jou niet inhuren:   
  
Per jaar Per 5 jaar   
  
(Let op: vaak zal het lastig zijn om tot concrete cijfers te komen. Dat geeft niet, het gaat om een bewustwordingsproces. Ook emotionele implicaties tellen mee)

**Opbouw aanvraagformulier gratis gesprek t.w.v. van … euro.**

**Dit is dus de voorselectie, voor op je site of na afloop workshop, optreden etc.**

***Vraag naar:***

Huidige situatie m.b.t. jouw dienst

Hun doel

Grootste belemmering om dat te bereiken.

Motivatie, uitgedrukt in een cijfer van 1 tot 10

Implementatie / inspannings/ verander bereidheid (eventueel) Ja/Nee

Investeringsbereidheid Ja/ Nee

Laat ze bevestigen dat ze het gesprek willen door ja aan te kruisen/clicken.

**Zie een voorbeeld van hoe ik het zelf gebruik:**

**http://www.deacquisitiecoach.nl/contact/aanmelding-groeigesprek/**



**Script voor een verkoopgesprek.  
Strategie sessie, gratis intake, gratis groeigesprek, … analyse e.d.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Fase** | **Wat vraag je?** | **Doel** |
| Inleiding | Bedankt dat je je hebt opgegeven voor dit gesprek.  In dit gesprek gaan we in op jouw situatie t.a.v. dit onderwerp en nemen we ideeën/ stappen / strategieën door hoe je … kunt bereiken (noem wat de sessie kan opleveren voor je contact).  Ik wil je graag een aantal vragen stellen om meer te weten over jouw situatie zodat we kunnen kijken wat jou het beste zou kunnen helpen. | Verbinding maken, op gemak stellen, vertrouwen geven |
| Probleem naar boven krijgen | Vraag 1. Je hebt je opgegeven voor deze sessie, wat was voor jou de aanleiding om je hiervoor op te geven? | Je wilt het probleem naar boven halen, anders voelt de klant geen noodzaak om je dienst te kopen |
| Vraag 2. Vertel me over … hoe gaat het ermee? |
| De implicatie van het probleem naar boven brengen | Vraag 3. Wat heb je al geprobeerd hieraan te doen? | Je wilt weten of de klant al iemand is die investeert = zou geschikte klant kunnen zijn.  Door te vragen naar de gevolgen, wordt de klant zich meer bewust van de urgentie van het probleem en dus van de noodzaak om snel een oplossing te vinden.  Van belang is om heel meetbaar te maken wat de kosten zijn van het probleem. |
| Vraag 4. Hoeveel geld/tijd/energie heb je hieraan al uitgegeven? |
| Vraag 5. Wat zijn de gevolgen hiervan voor jouw leven, voor je financiën, je leven, gezondheid, je bedrijf, de afdeling, de organisatie als geheel, hoe je je voelt, je gezin? (etc. etc.) |
| Vraag 6. Wat is de consequentie als er niks veranderd? (probeer zo goed mogelijk boven tafel te krijgen)  Hoe lang kun je zo door gaan? Etc. |
| Vraag 7. Wat zijn de totale kosten als je alles bij elkaar optelt, of als je het per jaar gaat uitrekenen, of voor de komende 5 jaar? |
| Vraag 8. Hoe voelt het NU, als het deze gevolgen heeft en je zoveel kost? |
| Vraag 9. Hoe belangrijk is het voor jou, om dit op te lossen? Op een schaal van 1 – 10, welk cijfer geef je? |
| In contact brengen met het verlangen | Vraag 10. Als ik een toverstokje had, en je zou het bedrijf /gewenste doel precies zo hebben zoals je zou willen, hoe zou het er dan uitzien? Beschrijf eens. | Je maakt je klant zich nu bewust van zijn verlangen naar het gewenste perspectief, en dus ook naar jouw oplossing. |
| Vraag 11. Hoe zou dat dan voelen? XYZ  Benoem nu ook het gevoel van de huidige situatie. Dus: Nu ben je onrustig, onzeker, gestreest, etc en straks dus XYZ |
| Vraag 12. Hoe zou je bedrijf, je inkomen, je leven dan anders zijn als je dit bereikt had? |
| Vraag 13. Dus nogmaals: Hoe zou het voelen als je inderdaad resultaten zou gaan bereiken om… |
| Vraag 14. Wat zou het allerbeste gedeelte daarvan zijn? (Probeer ze dat zo kort mogelijk te laten omschrijven) ABC  En benoem dat ook weer: dus als alles lukt dan voel je je, heb je: ABC | Positieve mood.  Het verschil dat het verschil maakt |
| De beloofde stappen | 15. Ik begrijp dat dit lastig voor je is en dat het belangrijk voor je is om dit op te lossen, zodat je dit (vul het gewenste resultaat in) kunt bereiken.    Als beloofd zou ik je drie tips geven over je strategie, aanpak, werkwijze e.d.  Stap 1 Wat is je grootste belemmering  Stap 2 Welke strategie, aanpak etc. moeten ze kiezen,  Stap 3 Waar kunnen ze nu meteen mee beginnen? | Hiermee kom je je belofte van je sessie waar. Je noemt nu je drie oplossingen zonder te gaan coachen of adviseren. |
| Je aanbod doen | 16. Ik begrijp dat het belangrijk is om dit probleem op te lossen en dit (vul gewenste resultaat in) te bereiken. Ik zou je graag willen helpen om dit te bereiken en je wat vertellen over mijn manier van werken en te kijken hoe ik jou kan helpen je probleem op te lossen, verder te komen etc.  Heb je daar vragen over?  17. Beschrijf nu je aanbod. Leg nadruk op de **voordelen** en niet op de eigenschappen of het proces van je dienst.  Als je eigenschappen noemt, vertel er meteen bij wat het voordeel is.  Als je klaar bent, ZWIJG.   Als ze niet vragen wat het kost:  18. Wil je weten wat je **investering** is?  Of als je in termijnen betaalt:…….  Eventueel:   Voor snelle beslissers:  de investering is dan:  Dit geldt als je binnen 24 uur / 48 uur/ 1 week beslist.  **ZWIJG als je je prijs hebt verteld! !!** | Door te vragen of ze er vragen over hebben, krijg je informatie over wat ze belangrijk vinden in je aanbod.  De **resultaten**/**voordelen** vertellen is belangrijker dan de **kenmerken**, omdat je klant vooral wil weten wat het op gaat leveren. Vertaal eigenschappen in voordelen! Zorg dat je verbinding legt met eerdere problemen.  Mondje dicht na het vertellen van je prijs! Ga niet ratelen of uitleggen waarom het zoveel kost. |
| Bezwaren | Bij twijfels en bezwaren: doorvragen.  Ga niet in de verdediging als ze het duur vinden. Vraag waarmee ze dat vergelijken en wijs er op dat het een investering is. Vinden ze zichzelf/hun bedrijf het waard?  Of: Als het niet om geld ging, zou je het dan doen?  Wat heb je nodig om een beslissing te kunnen nemen e.d.  Hoe kan ik je helpen een beslissing te nemen? **Denk je dat dit je gaat helpen? Heb je er vertrouwen in?** | Zie slides bezwaren |
| Commitment | Bij een “ja”: Fijn. Leuk, bedankt etc.  Dan gaan we beginnen / aan de slag/aan het werk …  Ik stuur je de factuur / link oid om een (aan) betaling te doen.  Niet meer kletsen omdat je ze anders in verwarring kunt brengen. | Zorg voor directe follow up om afvallen te voorkomen. |

**NB pas het script aan aan je eigen dienst/situatie.**

**Oefen er mee. Het zal steeds beter gaan!**