

Het prachtige terras moet u delen met de leden van een grote apenkolonie.



## TAAL DER VOORKEUREN

**In zijn permanente streven een completer mens te worden, volgt Marcus een exclusieve training met toptrainer Erik Spindler: Hoe word ik een verkoper?**

### Marcus wordt een beter mensch

'Een typische "E", geen twijfel mogelijk', zegt Erik met een blik op mijn testresultaten. Tel uit mijn winst. Aardige gasten over het algemeen, die E-types, daar niet van. Maar ja, wat luisteren ze vaak slecht. Van die types die zelf zo veel mogelijk aan het woord zijn. Eerst praten en dan pas nadenken. Een hoop lawaai, maar weinig resultaat. Dat soort. En mijn training moet nog beginnen. Erik Spindler van Triantis Business Coaching & Training is een van de toptrainers op het gebied van verkopen. Hij geeft een privé-workshop: Hoe word ik een succesvol verkoper? Niet de zoveelste verkooptraining met handige verkooptrucs voor de tweedehandsautoverkoper, maar een exclusieve training *high-level selling*. Onder zijn klanten bevinden zich sales-profs van grote ondernemingen, alsook de top van Nederlandse advocatenkantoren en accountancy-organisaties.

De ware verkoper heeft plezier in het spel van overtuigen dat verkopen in feite is, aldus Spindler. De echte topverkoper is bovendien gevoelig voor succes. Wie eenmaal aan succes heeft geproefd, wil méér. En iedereen kan dat leren. 'Een uniek product of bedrijf bestaat niet', is zijn eerste, ontuchtende les. 'Iedereen ronkt met dezelfde voordelen: kwaliteit, goede service, scherpe prijs, enzovoort. Uiteindelijk is het de persoon die de doorslag geeft.' De winnaar, aldus Erik, is diegene die het beste tegemoetkomt aan 'de benaderingsbehoefte' die de klant bewust of onbewust heeft. Ofwel: spreekt de verkoper dezelfde taal als de klant? Wie dat spel begrijpt, maakt de meeste kans. Zelfkennis is daarbij onontbeerlijk. Daarom onderwerpt Spindler al zijn cursisten aan de MBTI-vragenlijst. Door het invullen van deze populaire persoonlijkheidsvragenlijst, krijgt de

cursist een beter inzicht in zijn eigen zogenoemde voorkeursgedrag. Is iemand introvert of juist meer op mensen gericht? Is het hem te doen om het grote geheel of houdt hij juist van details? Neemt iemand beslissingen op gevoel of meer met het hoofd? Door het inzicht in de eigen voorkeuren (in MBTI-taal uitgedrukt in lettercodes, zie kader) en die van een ander kun je succesvoller opereren, zo is de gedachte. 'Leer de taal van de voorkeuren spreken', houdt mijn coach me voor. Als typische 'E' (extravert) kan ik mijn tegenpool de 'I' (introvert) behoorlijk op de zenuwen werken, wanneer ik in een eerste gesprek al te enthousiast en te persoonlijk van wal zou steken ('Leuke foto op uw bureau, is dat uw vrouw?'). De typische 'I' houdt immers van rust en reflectie en tast liever af voor hij laat merken wat hij vindt. Het zijn voorkeuren die vaak samengaan met een

behoefte aan feiten en het maken van duidelijke stappenplannen. Voor de 'E' kan dit alles een gruwel zijn. Gebrek aan reactie legt hij al snel uit als een schrijnend tekort aan verbeeldingskracht. En de behoefte aan structuur als een bekrompen boekhoudersmentaliteit. Aan de hand van verschillende rollenspellen en testjes legt mijn coach mijn persoonlijkheid onmiskenbaar bloot. Na een opdracht om met Lego-stenen 'iets' te maken, heb ik in twee minuten een zeer acceptabele piramide gefabriceerd. Of ik van tevoren een plan had wat ik zou maken en hoe ik te werk zou gaan? 'Eigenlijk niet, al spelende vormde zich wat.' Hij knikt instemmend. Volgens de MBTI-theorie hoeven onze natuurlijke voorkeuren niet noodzakelijkerwijs tot bepaald gedrag te leiden. Iedereen heeft de keuze om zich wel of niet volgens zijn voorkeuren te gedragen. Het kan heel effectief zijn, zeker in een verkoopgesprek, om de eigen voorkeuren te laten varen en het gedrag af te stemmen op de stijl van de klant. Het zal wat moeite kosten, net als schrijven met links lastig is voor rechtshandigen, maar het loont.

In een volgend rollenspel speel ik een verkoper van exclusieve jachten die een boot wil verkopen aan een Q500-lid. Ik denk het er aardig vanaf te brengen, maar mijn trainer denkt daar anders over. Ik heb verzuimd door te vragen over waarom hij een nieuwe boot overweegt en ben niet diep genoeg ingegaan op zijn wensen. 'Stel altijd minimaal drie keer de waarom-vraag', zegt Erik. 'Waarom wil die man een grotere boot? Is hij gehecht aan status? Of is het puur praktisch omdat hij gezinsuitbreiding heeft?' De les: het sluiten van een succesvolle deal begint bij het begrijpen van de drijfveren van de klant. Wie tijdens de verschillende fasen van het verkoopproces zijn klant heeft leren doorgronden, kan, aldus mijn coach, bij het ingaan van de laatste onderhandelingsfase de felbegeerde deal haast niet meer mislopen. Al zijn er nogal wat valkuilen, zo blijkt bij het onderhandelingsspel. Ik laat me veel te makkelijk in de kaarten kijken. Bij de eerste reactie van mijn tegenpartij, de botenkoper die om korting vraagt ('Als je wat van de prijs afdoet, krijg jij de opdracht'), ben ik

bereid om, vooruit, tien procent korting te geven. Ik zak met mijn prijs van 440 duizend naar 400 duizend euro. Fout. Zelfs een dubbele fout. Niet alleen is de stap ineens te groot, ook heb ik mijn cijfers niet op een rij. Met tien procent kom ik zelfs onder de 400 duizend euro uit. 'De teller staat op 396 duizend, terwijl de onderhandelingen nog maar net

### 'Stel altijd minimaal drie keer de waarom-vraag, om de drijfveren van de klant te begrijpen'

begonnen zijn', houdt mijn coach me voor. 'Als je in een keer zo veel van de prijs afdoet, maak je jezelf ongeloofwaardig. De ander denkt al snel: dus die vroeg fors te veel.' De les: als je al korting denkt te moeten geven, begin dan ijskoud met het noemen van een korting van één procent. Te weinig? Leg uit dat jij al heel scherp hebt geoffereerd en alleen iets van de prijs af kunt doen als je ook minder hoeft te leveren. Als mijn tegenspeler vervolgens schermt met een bod van de concurrent van 376 duizend, maak ik een volgende beginnersfout. Uit angst de deal te missen, accepteer ik te gretig zijn voorstel om het verschil te delen en de eindprijs af te maken op 386 duizend euro. 'De klassieke fifty-fifty-valkuil', houdt Erik me voor. 'Het lijkt heel redelijk, maar *en passant* geef je dus maar liefst vijftig procent weg zonder dat er iets tegenover staat.' De essentie voor een succesvolle onderhandeling: houd het hoofd koel, doe je huiswerk grondig en ga niet te makkelijk mee met wensen van de ander. Typisch eigenschappen die niet passen in mijn in MBTI-code gebeitelde voorkeursgedrag, Erik: 'Naarmate ze ouder worden, leren de meeste mensen hun niet-voorkeursgedrag beter te ontwikkelen waardoor ze nog succesvoller worden.' Ik knik instemmend. Er is nog een lange weg te gaan voor ik de topverkoper ben waar ik in stilte van droom.

- MBTI® en uw Commerciële Slagkracht:
- \* Meer invloed op gunningsproces
- \* Effectiever klantrelaties bouwen
- \* Beter inzicht in eigen ontwikkeling
- \* Authentiekere communiceren
- \* Hogere teamprestaties



#### WAT IS MBTI?

Jaarlijks vullen wereldwijd ruim vier miljoen mensen de MBTI-persoonlijkheidsvragenlijst in. Deze vragenlijst, vernoemd naar de bedenkers Katharine Briggs en dochter Isabel Briggs Myers (Myers-Briggs Type Indicator®), is een populair instrument bij uiteenlopende managementtrainingen. De lijst bestaat uit 88 keuzevragen over het eigen gedrag. Vragen als: gaat u vaker op a. uw gevoel of b. uw verstand af? Bent u doorgaans iemand die zich a. makkelijk tussen mensen begeeft of b. eerder stil is en gereserveerd? Het doel is een duidelijker beeld te krijgen van het eigen zogeheten voorkeursgedrag. Hoe neemt u informatie op? Hoe neemt u beslissingen? Hoe gaat u met de buitenwereld om en waar haalt u uw energie vandaan? De MBTI-vragenlijst mondt uit in zestien persoonlijkheidstypen die worden aangeduid met lettercodes als ESFP, INFJ et cetera. De theorie achter MBTI is mede gebaseerd op Jungs persoonlijkheidstheorie.

<b>Wat</b>	Privétraining 'Hoe word ik een topverkoper?'
<b>Trainer</b>	Erik Spindler, MBTI-gecertificeerde topcoach op het gebied van verkooptrainingen
<b>Locatie</b>	Kantoor Triantis Business Coaching & Training, Rotterdam
<b>Kosten</b>	Groepstraining, 8 tot 10 personen, 2,5 dag, circa € 11.000
<b>Wijze les</b>	'Leer de taal van de voorkeuren spreken'
<b>Rapportcijfer</b>	8



Elke dinsdag een nieuwe video op [Quotenet.nl/tv](http://Quotenet.nl/tv)