

# Omgaan met klanten. Communicatie in de verkoopssfeer.

1 september 1991

Auteur: Lieve Lagae

Volume: 21

Nummer: 1-2

Pagina's: 72-81

## Documenten

- [vonk\\_jrg21\\_018.pdf](#)

omgaan met klanten communicatie in de verkoopssfeer lieve lagae het thema verkoopsgesprek of algemener omgaan met klanten is dankbaar en plezierig om er enkele lessen aan te besteden in het onderwijs kopen en verkopen maken deel uit van de leefwereld van de leerlingen en daarom kan er heel erva ringsgericht gewerkt worden er is heel wat bewuste of onbewuste voorkennis aanwezig waardoor de zelfactiviteit van de leerlingen maximaal kan ingezet worden brainstorming observatie opdrachten enquetes gevallenbespreking dialo gen schrijven rollenspel simulatiespel enz zijn heel makkelijk te introduceren omdat het zo n alledaagse vanzelfsprekende situaties betreft bovendien vinden de meeste leerlingen al wat zich in de verkoopssfeer bevindt gewoon prettig n een eerste paragraaf wordt een belang van de ondernemer vallen op ter kader geschetst een mentaliteit van mijn samen als de zaak genoeg vertrou waaruit het klantencontact best opge wen geniet blijven de klanten komen bouwd wordt om vanuit menselijk oog maar vooraleer de klant de zaak binnen punt bevredigend en vanuit commer komt moet hij zich aangesproken voelen cieel standpunt succesvol te zijn de lust om een kijkje te nemen moet opge vervolgens wordt dieper ingegaan op een wekt worden aandacht voor de klant heeft aantal deelaspecten van het omgaan met klanten van het verkoopsgesprek daarbij daarom ook te maken met het inspelen op worden ook enkele didactische suggesties zijn behoefte aan schoonheid netheid fan gedaan tenslotte worden in bijlagen enkele tasie behaaglijkheid en dus wordt veel didactische werkvormen voorgesteld zorg besteed aan etalage winkelpand goed assortiment winkelinrichting verpak grote aandacht voor en king het spreekt vanzelf dat de uiterlijke verschijning van de verkoper vanuit dit bet ro kkenheid op de klant standpunt niet te onderschatten is uiter aard hangt een en ander samen met het aandacht hebben voor de klant betekent karakter van de zaak met de verkoopstok vooreerst de mens zien en niet de geldbeu en de beoogde dieriteel gel als de klant tevreden is over het ont haal het verkoopsgesprek en desgevallend wanneer de klant de zaak binnenstapt kan ook over zijn aankoop dan komt hij waar de eigenlijke directe communicatie begin schijnlijk terug tevreden klanten kunnen nen een

vriendelijk onthaal een aan de vaste klanten worden en zij vormen het klant aangepaste openingszin het actief fundament van de clientele en dus ook van luisteren het inspeland reageren zijn nu aan de omzet het belang van de want en het de orde belangrijk hierbij is dat de mk 21e jaargang nummer 1 2 ser dec 1991 lichaamstaal congruent is met de uitge begeleiden naar zijn beste keuze ook het sproken boodschap het is een erkende belang van de verkoper speelt een rol wetmatigheid dat de visuele boodschap de maar steeds blijft de bedoeling de klant tot auditieve overheerst en dat de lichaamstaal een koop te bewegen waarover hij tevreden sterker overkomt dan de inhoud van het is en blijft gesprek hierop wordt in bijlage 2 dieper luisteren vragen stellen en goed gade ingegaan in bijlage 5 wordt ook toegelicht slaan vormen de basis van dit verkoopspro hoe in alle communicatie en dus ook in ces het begeleiden gebeurt dan op maat zakelijke communicatie naast het inhouds van de klant de een is thuis in het assorti aspect ook steeds een relatie aspect aan ment de ander niet de een wil met rust wezig is het samenspel van verbale en gelaten worden de ander wil advies het is non verbale signalen onthult hoe de zender de verkoper die ach aanpast aan de koper van de boodschap zichzelf ziet situeert in binnen bepaalde grenzen althans hij hoeft relatie tot de ontvanger stelt hij zich bij niet elk gedrag te accepteren niet op alle voorbeeld superieur op dienstbaar onder wensen in te gaan de verkoper neemt en danig dit soort signalen worden feilloos houdt het initiatief in het verkoopsgesprek geregistreerd maar meestal onbewust uit en geeft de grenzen aan van zijn bereidheid gezonden goed omgaan met klanten tot hulp en begeleiding betekent zich bewuster worden van de eigen houding tegenover hen bewuster naast vriendelijkheid irlevings en aanpas van wat men op het relatieniveau als bood singsvermogen zijn als klantgerichte attitu schap uitzendt des ook erg belangrijk eerlijkheid respect hieruit volgt dat men geen goede verkoper voor de vrijheid en de smaak van de klant kan zijn als men niet graag of niet goed met ver2ntwoordelijkheidszin tact discrete mensen kan omgaan in kringen van zelf rust zelfzekerheid kalmte b v in geval van standige ondernemers wordt wel eens als nachten of andere moeilijke omstandighe boutade gesteld dat zij meer leven van de den kwaliteit van hun contacten dan van hun uiteraard wordt van de verkoper ook ver arbeid in elk geval blijkt uit de summiere wacht dat hij de koopwaar kent het toelichting in deze paragraaf dat een tege gebruik de prijzen de voor en nadelen moekomstende houding gemeente aan van het produkt alleen dan kan hij op over dacht voor de klant moeilijk geveinsd kun tuigende wijze verkoopsargumenten aan nen worden brengen zoals hoger gesteld worden verkoopsargumenten uitgekozen die inspelen in het verkoopsgesprek zelf moet de klant op de interesse en behoeften van deze centraal staan bij de verkoper staat niet op concrete klant het heeft geen enkele zin de voorgrond welk produkt hij aan de man de koper te overdonderen met informatie wil brengen maar de wens de behoefte een eerder sobere functionele argumenta van de klant de verkoper stelt zich in op de tie op maat van de klant is veel adequater koper wie is hij wat wil hij wat is zijn situ atie welke stijl welk budget welke behoeften wat is reeel en wat droom daar richt de verkoper zich naar om bepaalde voorstellen te doen zijn verkoopsargumenten te kiezen de klant te sep dec 1991 nummer 1 2 21e jaargang n enkele deelaspecten van het maar vervolgens

ook het interpreteren van gedrag kunnen deze vaardigheid verbete commercieel omgaan met ren beoordelingsoefeningen bijlage 3 mensen in het ganse verloop van het verkoopsge sprek komt dit gadeslaan en het dienover wat belangrijk is bij het onthaal kun je eenkomstige doseren van de argumentatie aflezen uit de observatiefiche in bijlage 2 het letten op het contactklimaat terug als het non verbale gedrag speelt hier een gro model van verkoopsge sprek kan het aida te rol het komt erop neer de juiste atmo model bijlage 4 gelden daarin worden de sfeer te schep pen wat te maken heeft met verschillende fasen van het verkoopsge ontspanning sympathie vertrouwen con sprek besproken en worden concrete tips tact gegeven voor een goede argumentatie en het succesvol afsluiten van de verkoop wanneer er gezegd wordt dat de verko per zich moet afstemmen op de klant dan een totaal ander aspect van succes in betekent dit dat hij zich instelt op leeftijd verkoop betreft de uitstraling van de verko geslacht maatschappelijke klasse taalge per uits traling heeft veel met wilsover bruik persoonlijkheid interesse behoeften dracht ac tieve beïnvloeding te maken wat enz van de persoon in kwestie in rollen samen hangt met overtuiging wil tot slagen spelen of simulatiespelen kunnen deze ver maar ook met het gevoel de ander van schillen uitgeprobeerd worden in inter views dienst te zijn achter het eigen produkt met zelfstandige ondernemers en verko staan om zichzelf naar dit criterium te kun pers kan gepeild worden naar het verschil nen inschatten kan aan de leerlingen via in omgang met deze verschil lende catego rollenspel met observatie feed back gage rieen van mensen er kan zelfs gewerkt ven worden worden met typologieen van karakters goed om weten is ook dat positieve de klant empathisch of gewoner gezegd boodschappen een veel beter klimaat inlevend benaderen is zich vereenzelvigen scheppen dan negatieve boodschappen met de klant hoe zou hij reageren vanuit daarom bekritiseert men de concurrentie zijn situatie men probeert zich voor te stel niet en zegt men beter magen vroeg len wat er in hem omgaat hoe vreemd de direct dan vandaag niet meer t positieve ander misschien ook is sommige mensen verkoopsargumenten klinken aantrekkelijker hebben daar een aangeboren talent voor dan negatieve als het gesprek negatief anderen moeten dit oefenen de bedoeling dreigt te worden door reacties van de klant is op dezelfde golflengte te komen om aan is het beter dit meteen te neutraliseren en gepast te kunnen reageren om dit inle op andere valabele argumenten over te vingsvermogen te oefenen kunnen de stappen dan zich te blijven verdedigen en medeleerlingen als actieve observatoren daardoor spanningen te creeren ingeschakeld worden bij het rollenspel van hun idasgenoten hoe schat de verkoper de ook omgaan met klachten is een kunst gevoelens van de klant in hoe reageert de apart het is vergelijkbaar met goed klant op de benadering van de verkoper omgaanmet kritiek best is zich niet per ni et alleen het oefenen van het observeren soonlijk aangevallen te voelen goed te lui 21e jaargang nummer 1 2 ser dec 1991 sferen naar de klacht zonder zich meteen hulpvaardigheid bereidwilligheid bin te gaan rechtvaardigen of te ontkennen nen bepaalde grenzen rustig te blijven toe te geven wat toegege enthousiasme in teresse inzet wer ven moet worden men is niet verplicht de klust klant tegemoet te komen als men dat niet er kunnen scores gegeven worden van 0 nodig vindt met het oog op een goede tot 10 zodat de leerlingen niet te klantenbinding en als

de klant te goeder mythisch oordelen over zichzelf en dus trouw is is een goed compromis te verkie aangemoedigd worden om hun oordeel te zen nuanceren over de persoonlijkheid en de persoonlijke om de kwaliteit van het ganse verloop kwallteiten van een goede verkoper valt ook van een verkoopsituatie te beo- ordelen heel wat te zeggen via brain storming kunnen de leerlingen een obser- vatiefiche rond de vraag wat de leerlingen belangrijk mee naar huis nemen om in te vullen vinden in het contact met een verkoper onmiddellijk na een winkelbe- zoek bijlage 1 komen vanzelf alle belangrijke attitudes dat levert genoeg materiaal op om heel wat naar boven boeiend is om daarna met pro theorie aan op te han- gen leren uit eigen fielen met een sterkte zwakte analyse te ervaring is leuker en beklijft veel beter werken de leerlingen kunnen dan op een werkblad zichzelf beo- ordelen op allerlei wat het inoefenen van het omgaan met kwaliteiten die relevant zijn in de verkoops kanten van het verkoopsgesprek betreft is situatie zoals daar zi- jn het beter om te starten met het inoefenen zelfvertrouwen in optreden wedmg van deelvaardigheden b v het onthaal het houding taal bewust van eigen com zich instellen op diverse types het argu petentie menteren het afsluiten van het ge- sprek zelfbeheersing en geduld ook als je je omgaan met klachten later kunnen dan ziek voelt als de ander lastig is als het meer volledige situaties in rollenspelen of veel te druk is simulatiespelen ingeoeffend worden deze veraniwoordelijkheid- szin beloften hou laatste werkvormen bieden veelzijdige den uurregeling respec- teren de waren mogelijkheden omdat zowel het observe voldoende controleren orde en nauw ren het inleven het interpreteren het keurigheid op administratief vlak geven van feed back als de eigen beleefdheid en tact wellevendheidsre sterkte zwakte analyse hieraan kunnen gels kennen en toepassen eufemismes gekoppeld worden bij de simulatiespelen gebruiken i p v afwijzingen kunnen de rolomschrijvingen zo gedifferen tolerantie of verdraagzaamheid respect tieerd wor- den dat het aanpassingsvermo hebben voor andere smaak behoeften gen van de verkoper getoetst en uitgediept geldbesteding kortom voor anderszijn wordt en- quetes opstellen en afnemen bij verdragen dat mensen kijken en niet zelfstandige ondernemers of verkopers kan kopen langdurig kiezen en toch niet de kennis van de reele problemen en moei kopen heeft ook te maken met sportivi lijkheden in de omgang met klanten verrui teit men g ereserveerdheid of bescheidenheid het omgekeerde van nieuwsgierigheid kortom er zijn mogelijkheden te over om en be- moeizucht niet te familiair zijn rond dit thema boeiende ervaringsgerichte sep dec 1991 nummer 1 2 21e jaargang lessen op te bouwen waarbij naast de cog nitieve doelstellingen ditmaal ook duidelijk noten de sociale vaardigheden beoogd worden 1 in het artikel gebruik ik alleen de man nelijke varianten verkoper en klant met als verwijswoord hif het zou realistischer zijn de mannelijkevrouweljke vorm verko lieve lagae per verkoopsters of het dubbele verwijs eglantierlaan 116 woord hij zij te gebruiken maar dat is te 2610 willi storend voor de leesbaarheid bijlagen bi- jlage 1 beoordelingsfiche na winkelbezoek wat werd verkocht door wie aan wie 1 hoe werd je aandacht getrokken op het artikel de winkel 2 groette de verkoper eerst 3 hoe groette hij 4 was hij uiterlijk verzorgd gekleed naar het publiek dat hij voor zijn zaak wil aantrek ken 5 gaf de winkelier verkoopsargumenten vooraleer hij precies wist wat je wilde welke vragen had hij hiertoe gesteld 6 was de verkop-

er handig in het tonen van het artikel 7 toonde en zegde hij alles wat je moest weten 8 vond je zijn argumentatie aangepast aan jouw leeftijd interesse smaak 9 haalde hij genoeg artikelen maar ook weer niet teveel boven 10 kreeg je een handige aan het artikel aangepaste verpakking mee 11 kreeg je een kasticket algemeen was de taal van de verkoper correct duidelijk was hij vriendelijk tactvol geduldig zelfzeker andere opmerkingen bijlage 2 observatie reihe rollenspel verkoop 1 bij het onthaal a non verbaal de verkoper ziet de klant binnenkomen en knikt hem vriendelijk toe mk 21e jaargang nummer 1 2 ser dec 1991 als de verkoper niet met andere wanten bezig is komt hij onmiddellijk naar de klant toe hij kijkt de klant met open gezicht aan uit zijn gelaatsuitdrukking spreekt interesse respect hij heeft oogcontact met de klant zijn lichaamsuitdrukking is ontspannen kleding en kapsel komen overeen met de stijl van de zaak gebaren en gedrag zijn kalm rustig en efficiënt b verbaal vaste wanten worden met de naam aangesproken passanten met mijnbeer mevrouw juffrouw en dus niet en voor u de stem klinkt vriendelijk uitnodigend beleefd respectvol de startzin is aangepast aan de klant nl status leeftijd geslacht persoonlijkheid ook het gebruik van a n of dialect hangt van de wens van de klant af c attitudes beschikbaarheid tijd aandacht respect voor de klant ongeacht status of koopkracht zelfrespect zelfzeker en beslist optreden niet onderdanig eerlijke bedoelingen gericht op waarnemen registreren van de signalen die de klant uitzendt b v weer stand onwennigheid tijdsgebrek en bereid daarop in te spelen 2 bij het verkoopsgesprek a non verbaal stelt zich in op persoonlijkheid stijl behoeften van de klant straalt acceptatie respect uit handelt rustig en zelfzeker geduldig laat indien nodig kordaat blijken waar zijn grenzen van dienstbaarheid zijn b verbaal stelt vragen die peilen naar de behoefte van de klant geeft eerlijke en aangepaste argumenten inspelend op de interesse en behoeften van de klant spreekt kordaat duidelijk vriendelijk luistert meer dan zelf te praten heeft wel de leiding van het gesprek vraagt na nodigt uit tot reageren overdrijft niet in de argumentatie noch wat de adjectieven noch wat de intonatie betreft sep dec 1991 nummer 1 2 21e jaargang c attitudes de verkoper stelt zich in op de klant hoe wil hij benaderd worden wil hij hulp advies of juist niet de verkoper wil aan de klant datgene verkopen wat overeenkomt met zijn behoeften en financiële draagkracht de verkoper staat achter het produkt dat hij verkoopt eventuele nadelen worden vermeld advies wordt eerlijk gegeven de verkoper creëert een klimaat van vrijheid de klant mag rondkijken vergelijken proberingen krijgt een beetje tijd om tot een beslissing te komen de verkoper creëert een klimaat van vertrouwen alle vragen mogen gesteld worden ze worden eerlijk en respectvol beantwoord bijlage 3 beoordelingsoefeningen verkoopssituaties beoordelen op adequaat of niet adequaat gedrag van de verkoper we observeren een verkoper v wat vinden we goed in zijn gedrag wat minder waarom 1 v is nog bezig met de administratieve afsluiting van de vorige verkoop en vraagt zonder opkijken heel lief wat de klant wil 2 v antwoordt aan een klant neen mevrouw spijtig maar gelakte schoenen hebben wij niet hij laat de klant gefrustreerd buitengaan 3 een klant in een kledingstaak kan maar niet tot een besluit komen stelt v voor u mag het kledingstukje vanavond mee naar huis nemen dan kan u uw man om advies vragen morgenvroeg komt u terug en deelt u uw beslissing mee 4 de klant is koning denkt v na

dat hij voor een moeilijke klant al vijftig paar schoenen liet zien hij blijft gedienstig 5 v tot een klant die veel weerstand heeft denk er anders eens over na slaap er nog eens over 6 een klant heeft al een tiental pulls gepast en heeft te kennen gegeven dat ze een bepaald model het mooist vindt passen ze heeft nog geen beslissing meegedeeld neemt u hem in het wit rose of lila zegt v hiermee de klant een duwtje gevend 7 v bedient een klant die een friteuse wil kopen en welk merk vindt u nu het beste vraagt de klant v antwoordt tja dat valt moeilijk te zeggen de klant vindt dit goed en de ander dat daar kan ik u niet bij helpen 8 v moet een hifi keten demonstreren maar raakt er zelf niet wijs uit hij wordt zenuw achtig maar wil niet toegeven en blijft knoeien i 21e jaargang nummer 1 2 ser dec 1991 9 een tiener draait al een hele tijd rond in een music shop een elektrische gitaar maakt het voorwerp uit van zijn interesse en verlangen speel er maar eens op hoor zegt v 10 v vertelt trots aan een kijklustige klant dat het bankstel waar hij naar kijkt in aanbieding staat het is van ongelooflijke kwaliteit beukenhouten kader echte latex oersterke stof het is het laatste de klant heeft nog niet gezegd wat hij zoekt bijlage 4 een verkoopsgesprek volgens het aida model vrij naar h goldman klanten maken klanten houden a attention aandacht trekken i interest interesse opwekken d desire verlangen opwekken a action het afsluiten van de verkoop de aida verkoopstructuur vertrekt van de veronderstelling dat mensen bij elke koop een zekere weerstand moeten overwinnen weerstand om geld uit te geven weerstand tegen het contact met de verkoper weerstand tegen het tijdsverlies tegen een keuze moeten maken tegen het onvermijdelijke nadeel dat ook aan het produkt zit een tweede veronderstelling is dat mensen kopen minder omwille van het produkt zelf dan omwille van dieperliggende psychologische behoeften rivaliseren tot rust komen narcisme geldingsdrang erbij willen horen mensen kopen dus lang niet altijd omdat ze iets echt nodig hebben bij kopen komt bijna steeds een zekere dosis verleiding te pas maar niet in die mate dat mensen zich rationeel bewust worden van de verborgen verleiding zij willen toch een verantwoorde koop doen het verkoopsgesprek is daarom zo opgebouwd dat aan het begin de nodige verleidings prikkels ingebouwd worden aandacht en interesse opwekken daarna is een goede aangepaste argumentatie belangrijk en om de verkoop effectief af te sluiten bestaan er een aantal handigheidjes met dien verstande dat loyaliteit en eerlijkheid t a v de klant en tegenover zichzelf de richtlijn blijven aandacht trekken door de etalage een mooi winkelpand een verzorgde verkoper een mooi assortiment een frisse winkelrichting de presentatie de verpakking interesse de narit komt de winkel binnen meestal is het minder een kwestie van zijn interesse te wekken dan van die te achterhalen waarnaar kijkt hij wat zegt hij te zoeken eerst vraag je eraan daarna wek je interesse door zo snel mogelijk de nagel op de kop te slaan je voelt aan wat de klant zoekt je kunt tonen wat hem aanstaat of je zoekt het door trial and error door te observeren en te luisteren low ser dec 1991 nummer 1 2 21e jaargang drang tot kopen door argumenten te formuleren die inspelen op de behoeften of wensen van de klant door in te spelen op de diepere psychologische motieven b v u staat er erg jong mee eerlijkheid en tact blijven de richtlijn goede argumenten zijn verder argumenten die bewijskracht hebben dus geen oppervlakkige slogans ze sluiten aan bij de interesse en het gebruiksnut voor de klant b

v voor de ene moet iets vooral mooi zijn voor de andere eerder praktisch actie de weerstand is zo goed als verdwenen de klant stelt nog enkele vragen om zijn laatste twijfels te laten smelten als de beslissing blijft aanslepen stelt de verkoper zelf geen uitstel voor wat hij kan doen om een stootje te geven neemt u de rode of de blauwe als u een x betaalkaart hebt gaat het bedrag pas volgende maand van uw rekening u zal er geen spijt van krijgen het is een heel degelijk apparaat we hebben er nog nooit klachten over gehad onderken de niet uitgesproken bezwaren en antwoord erop b v het is natuurlijk niet goedkoop maar het is echt ieder het blijft heel lang mooi het wordt zelfs nog mooier in t gebruik de waarborg is honderd percent gegarandeerd onze naverkoopdienst is prima georganiseerd als er iets is wordt u binnen de twee dagen geholpen de retouche is gratis maak gerust een proefritje met deze wagen die jurk is echt uw type de chique sportieve stijl een tikkeltje extravagant zo wordt de koper over zijn laatste weerstanden heen geholpen het aida model gaat ervan uit dat de klant indien hij nu niet bij u koopt morgen of straks naar de concurrentie gaat de klant wil een rationele koop doen de verkoper moet hem overtuigen dat deze koop rationeel is bidage 5 de twee niveaus in communicatie het inhouds en het relatie aspect niveau 1 de inhoud datgene waarover men praat niveau 2 de relationele onderstroom men praat met iemand en geeft onbewust aan hoe men zichzelf ziet waardeert in relatie tot de ander door woordkeuze zinsbouw intonatie gelaatsuitdrukking lichaamshouding enz nw 21e jaargang nummer 1 2 sep dec 1991 s voorbeeld klant ik zoek gelakte schoentjes voor mijn dochtertje hebt u dat inhoud duidelijk onderstroom mogelijkheid ik vind het vervelend dit te moeten vragen als het niet in de etalage staat wellicht heeft ze het niet jammer dat sophie dat per se wil die mevrouw zal vast zeggen dat het geen mode meer is ze ziet er zelf zo leuk gekleed uit ze vindt me vast ouderwets ik durf haar niet goed aan te kijken en te praten ik verwacht een afwijzing verkoopster nee mevrouw gelakte schoentjes komen in onze kindercollectie niet voor daar kan ik u niet aan helpen inhoud nee ik kan niets voor u doen onderstroom mogelijkheid ik volg de actuele mode ziet die vrouw dat niet zij hoort niet tot de clientele die in mijn zaak thuishoort ze komt ook zo onzelfzeker over ze vraagt bijna om afgewezen te worden ik heb geen zin om mijn tijd in haar te investeren of ander antwoord verkoopster nee mevrouw ik vrees voor u dat u dat niet make wit vinden de kindermode is momenteel helemaal anders maar we hebben wel enkele modellen die geschikt zijn voor ceremoniele gelegenheden zal ik ze eens tonen inhoud we hebben het niet maar ik wil u helpen onderstroom ik respecteer uw smaak en keuze ik gis dat uw dochtertje naar een feest of begrafenis moet en wil helpen om een geschikte keuze te maken ik neem u serieus het tweede antwoord is veel acceptrender beschikbaarder respectvoller de klant heeft een positieve ervaring koopt misschien toch zonet zal ze geneigd zijn bij een volgende aankoop naar deze zaak terug te keren bibliografie video art dus jij denkt dat je klantgericht bent groningen wolters noordhoff 1990 vertaald uit het engels video art dus jij denkt dat je verkopen groningen wolters noordhoff 1990 vertaald uit het engels sep dec 1991 nummer 1 2 21e j aargang 1111