

INTRODUCTIE

Ik herinner me nog goed mijn eerste werkdag in een callcenter in Utrecht. Het was een warme zomerdag. Ik was negentien jaar en stiknervus, want ik had nog nooit iets verkocht en ik had ook geen flauw idee hoe ik dat moest doen. Naast mij zat een opgewekte jongen. Het was ook zijn eerste werkdag. Hij was ontspannen, zat grapjes te maken en had ogenschijnlijk helemaal geen last van zenuwen. Hij stelde me op mijn gemak en met zijn hulp maakte ik mijn eerste sale. Diezelfde avond reden we samen naar Scheveningen. Om hem te bedanken trakteerde ik hem op een biertje. Ruim twintig jaar later is Ronald nog altijd een van mijn beste vrienden.

Ook in zakelijk opzicht is hij al jarenlang een van mijn belangrijkste relaties. Zo lang als ik hem ken, hebben we op verschillende manieren samengewerkt. Als ik een commerciële uitdaging heb, dan is Ronald altijd de eerste die ik bel. Als hij ruimte heeft, dan helpt hij me altijd.

Een jaar of twaalf geleden wilden we een zakelijke salesafdeling opzetten voor het hoofdkantoor van een grote energiemaatschappij. Dit was een geweldige kans voor ons bedrijf en het hele team was ervan overtuigd dat Ronald de ideale persoon was om

dit neer te gaan zetten. Het probleem was dat hij net een aantal maanden daarvoor naar Amerika was vertrokken. Ik besloot het erop te wagen en vloog onaangekondigd naar Florida. Toen ik in mijn Nederlands elftal T-shirt voor zijn neus stond, begon hij keihard te lachen en zei hij: 'Ik weet al hoe laat het is. Ik kom terug, maar dan wil ik wel een Audi van de zaak'. Een maand later is hij gestart. De afdeling werd een enorm succes en heeft bovendien een belangrijke rol gespeeld in het ontstaan van mijn bedrijf Improvers.

Toen ik Improvers startte, was Ronald de eerste die ik belde om me te helpen. Het idee was om een innovatief salesbedrijf neer te zetten om de callcentermarkt volledig te veranderen. Vanaf de eerste dag tot en met de dag dat ik het bedrijf verkocht, heeft Ronald mij geholpen om mijn droom waar te maken. Hij heeft zeer veel bijgedragen aan de doorontwikkeling van het idee en heeft diverse cruciale rollen vervuld. De kracht van Ronald is dat hij precies weet hoe hij mensen moet inspireren om te gaan voor de beste resultaten. In deze periode heeft hij een enorme bijdrage geleverd in het succes van veel verkopers en ondernemers. Samen met de rest van ons team en meer dan drieduizend verkopers hebben we zes geweldige jaren gehad. Het was een onvergetelijk avontuur met successen, fantastische reizen en veel mooie herinneringen, waar ik met enorm veel dankbaarheid en trots op terugkijk.

Al jaren roept Ronald dat hij een boek wil schrijven over sales. Ik vind het heel gaaf dat hij alle kennis en ervaring die hij onderweg heeft verzameld op papier heeft gezet en ook zijn persoonlijke

verhaal op deze manier wil delen. Het is geweldig om te zien hoe hij de kern van een kwalitatief verkoopgesprek op deze toegankelijke wijze deelt, waarbij de persoonlijke ontwikkeling van een verkoper centraal staat. De wijze waarop Ronald werkt en communiceert is *street smart*, zeg ik wel eens. Wat hij heeft geschreven in dit boek is precies zoals ik hem ken.

Ik hoop dat het boek jou gaat helpen zoals Ronald mij heeft geholpen sinds de eerste dag dat ik bezig ben met sales. Heel veel plezier!

Michel Scheidt
Entrepreneur

VOORWOORD

Ik ben je dankbaar omdat je dit boek in je handen hebt. Omdat je ervoor hebt gekozen om het boek open te slaan en bent begonnen met lezen. Het idee dat er mensen zijn zoals jij en ik, die ervoor openstaan om te leren, heeft mij gemotiveerd om dit boek te schrijven. Want ik weet hoe het is als verkoper. Elke dag knokken voor de beste deals, weer of geen weer. Je neemt continu het initiatief om andere mensen mee te nemen in je verhaal. Je hebt te maken met weerstand in je verkoopgesprekken waar je je doorheen moet vechten. En je moet jezelf altijd maar verantwoorden, tegenover jezelf en tegenover je manager of werkgever. Ik ken het, want ik heb het meegemaakt.

Ik denk dat je geen opleiding nodig hebt om een goede verkoper te kunnen worden. Het gaat erom dat je bereid bent om alles te geven. Een goede verkoper worden heeft volgens mij meer te maken met doorzettingsvermogen dan met talent. Je hebt natuurlijk niet voor niets voor dit vak gekozen. Jij hebt namelijk de ambitie om meer uit je werk te halen dan anderen. Je droomt van betere resultaten en het vieren van successen. Alleen al het idee dat je al je doelstellingen haalt, is fantastisch. De mogelijkheid om je dromen waar te maken, geeft je een goed gevoel en een glimlach op je gezicht.

Als je een betere verkoper wordt, verdien je meer geld. Als je

meer geld verdient, creëer je meer vrijheid voor jezelf om keuzes te kunnen maken. Als je goed kunt verkopen, is de kans dat je succesvol bent als ondernemer ook groter. Er zijn genoeg redenen om een betere verkoper te worden. Daarom is het goed dat je dit boek leest. Uit een onderzoek dat ik heb gedaan bij een grote salesorganisatie, is gebleken dat iedereen een succesvolle verkoper kan worden. Succes is niet afhankelijk van je opleiding, achtergrond, leeftijd of ervaring. Het gaat erom dat je het echt graag wilt en dat je bereid bent om er alles aan te doen.

Laat je inspireren

Laat mij je inspireren met dit boek. In mijn werk als ondernemer, trainer en consultant help ik mensen om hun eigen plan naar een hoger niveau te brengen. Ik heb talloze boeken gelezen over sales en persoonlijke ontwikkeling. In samenwerking met gedragsdeskundigen heb ik onderzoek gedaan naar succesfactoren in sales bij verschillende verkooporganisaties. Daarnaast heb ik diverse grote organisaties geholpen met het verbeteren van hun verkoopresultaten, zoals Essent, de Nederlandse Loterij, Sdu Uitgevers, XS4ALL, Telfort en enkele goededoelenorganisaties. Ook heb ik meerdere ondernemingen opgericht en een aantal daarvan weer verkocht. Ik heb duizenden verkopers zoals jij geholpen met het vinden van de manier van verkopen die bij hen past en ik heb talloze verkopers mogen inspireren om betere resultaten te halen.

De inhoud van dit boek heb ik niet alleen bedacht. Die is gebaseerd op mijn praktijkervaring en het gedachtegoed van bekende auteurs en sprekers, zoals Zig Ziglar, Neil Rackham, Dale Carne-

gie, Jeffrey Gitomer, Darren Hardy, Jim Rohn, Jim Collins, Stephen Covey, Jim Keenan en Grant Cardone.

Er is niets mooiers dan het vieren van successen in sales. En dan gaat het niet alleen om het resultaat voor jou, maar ook om het resultaat voor jouw klanten: alle mensen die jij geholpen hebt met oplossingen, alle mensen die jij een goed gevoel hebt gegeven, mensen die een aankoop hebben gedaan waar ze trots op zijn. Dat is jouw verdienste, jouw resultaat, jouw succes. Laten we afspreken dat je mij laat weten of dit boek je heeft geholpen jouw verkoopsucces te verbeteren. Stuur mij een persoonlijk bericht via info@ronaldbogaerds.nl.

Hoe je dit boek het best kunt lezen

De beste manier om dit boek te lezen is het te gebruiken als een werkboek. Onderstreep of omcirkel met een pen, potlood of stift de dingen die je aanspreken. Het is jouw boek, dus doe ermee wat je wilt. Maak voor jezelf bijvoorbeeld een plan voor hoe je de inhoud van het boek gaat toepassen in je gesprekken. Wat je ook kunt doen met dit boek is een nieuw script of een nieuwe pitch schrijven voor je verkoopgesprekken. Onderstreep of omcirkel de zaken die je aanspreken, zodat je ze later gemakkelijk kunt teruglezen

Wat mij heel erg heeft geholpen, is het direct delen van mijn nieuwe kennis met collega's. Als je kennis deelt, onthoud je het namelijk beter en leer je de inhoud nog beter begrijpen. Daarnaast is het goed om je kennis direct toe te passen in de praktijk. Het is belangrijk dat je gaat oefenen en nieuwe dingen gaat proberen. Geef vooral niet op. Het kan zijn dat het de eerste keer niet

lukt en dat je weerstand krijgt. Als je het maar vaak genoeg probeert, vind je vanzelf een manier waarop het voor jou wel werkt. En dat is waar het om gaat. Elk mens en elke verkoper is anders. Pas je kennis toe zoals bij jou past. Lees dit boek en gebruik de Power Skills. Succes gegarandeerd.

Veel leesplezier en succes met alles wat je gaat doen!

Ronald

INLEIDING

Welkom in het mooiste vak dat er bestaat!

Elke dag opnieuw zijn er miljoenen verkopers die met passie, energie en overtuiging aan de slag gaan om mensen te helpen met het nemen van beslissingen, net zoals jij. Verkopers staan elke dag op met de motivatie om een goed resultaat neer te zetten. In de eerste plaats voor henzelf en misschien ook wel voor hun team en het bedrijf waarvoor ze werken.

Sta jij daar wel eens bij stil? Elke dag begin je weer bij nul. Elke dag moet je jezelf motiveren, doelen stellen en in actie komen om de eerste stap te zetten in het contact dat je met anderen hebt. Het interessantst is misschien wel dat iedereen die je spreekt anders is. Iedereen denkt anders en heeft andere prioriteiten. Alle mensen hebben een eigen beweegreden om iets van jou te kopen – of niet. Jij maakt dan ook het verschil. En niet alleen vanwege de invloed die je hebt op het resultaat van een gesprek. Je hebt invloed op een beslissing die mogelijk lifechanging is. In de meeste gevallen ben jij namelijk de doorslaggevende factor bij die beslissing. Verkopen is een fantastisch vak. Het gaat om mensen, emoties, verandering en vaak verbetering. Kijk maar eens naar jezelf. Welk gevoel heb jij meestal als je iets hebt gekocht? En welk gevoel heb je als je iets hebt gekocht waarbij je geholpen bent door een

goede verkoper, iemand die zijn vak goed verstaat, weet waar hij over praat en jou het gevoel geeft dat jij de belangrijkste bent? Hoe gaaf is het dat je elke dag mensen mag helpen? Dat je invloed kunt uitoefenen op iemands beslissing? Je leert elke dag van elk gesprek, elk argument, elk bezwaar. Je kunt lachen, je mag boos zijn, je mag kritisch zijn, je mag eerlijk, kwetsbaar, gevoelig en blij zijn. Wat wil je nog meer?

Ik heb respect voor jou, omdat je voor dit vak hebt gekozen. Misschien ben je geen fulltime verkoper, maar je hebt in ieder geval een reden waarom je dit boek bent gaan lezen: je wilt beter leren verkopen. Meer verkopen resulteert in meer omzet en meer geld. Meer verkopen resulteert ook in tevreden en terugkerende klanten. Meer verkopen zorgt ervoor dat jij je doelen bereikt en dat je blij bent met het resultaat dat je zelf behaald hebt. Als jij je doelen bereikt, maakt dat je mogelijk een gelukkiger mens.

Wat is het probleem?

Helaas is het niet altijd zo rooskleurig. Misschien ben je wel bekend met het Pareto-principe: bij de meeste bedrijven is twintig procent van de verkopers verantwoordelijk voor tachtig procent van de omzet. Dit houdt in dat tachtig procent van de verkopers maar twintig procent van de omzet binnenhaalt. Het kan niet zo zijn dat deze tachtig procent blij is met het resultaat. Hoe is dat bij jou? Ik zeg niet dat je een slechte verkoper bent als je bij de tachtig procent hoort. Ik hoop alleen wel dat je liever bij de twintig procent hoort die verantwoordelijk is voor tachtig procent van het resultaat.

Stel dat op dit moment tachtig procent van alle verkopers van

de hele wereld zijn targets niet haalt – dat is toch bizar? Dit is volgens mij een probleem. Want er zijn miljoenen verkopers die elke dag strijden en keihard werken voor de beste resultaten, ik heb het met mijn eigen ogen gezien. Verkopers en ondernemers die het met de beste intenties, producten en diensten niet voor elkaar krijgen om andere mensen te overtuigen. Vaak denken ze dat harder werken de oplossing is, meer mensen spreken, vroeger opstaan, later naar bed. Het probleem wordt nog groter wanneer je het vertrouwen verliest. Het lijkt dan wel een eindeloze tunnel. Je verliest het vertrouwen in je eigen product of dienst of nog erger: je verliest het vertrouwen in jezelf. Je spreekt elke dag prospects (potentiële klanten) die jou ervan overtuigen waarom zij niet bij je willen kopen. Je komt in een neerwaartse spiraal terecht waar je heel moeilijk uit komt. Ik heb dit vaak bij veel verkopers in de praktijk gezien. ‘Ronald, ik krijg het niet voor elkaar, kun je mij alsjeblieft helpen? Waar moet ik in hemelsnaam beginnen?’

We kennen elkaar waarschijnlijk (nog) niet. Ik weet niet precies wat je doet, wat je verkoopt en wat je precies moet weten om beter te worden. Maar ik wil je graag helpen.

Het kan beter!

Jij hebt ervoor gekozen om in jezelf te investeren, daarom lees je dit boek. Ik heb ervoor gekozen om in jou te investeren, daarom heb ik dit boek geschreven. Mijn doel is om jou te helpen een betere verkoper te worden. Alle onderwerpen in dit boek zijn belangrijk voor jou. Waarschijnlijk weet je al veel van wat je gaat lezen, en dat geeft niet. Juist de kracht van herhaling helpt je met

het creëren van bewustzijn. Het gaat je inspireren om nieuwe inzichten direct te gebruiken. Misschien helpt het je om net even een andere insteek te kiezen dan je gewend bent.

‘Verkopen is net golfen: een kleine afwijking in de manier waarop je de bal raakt, is vergelijkbaar met een klein verschil in je verkoopgesprek. Het kan resulteren in een grote afwijking van het beoogde doel.’

Patrick Dorresteyn
(bevriende ondernemer)

Waar je ook bent in je leven, of je nu aan de top bent van je kunnen of op de proef wordt gesteld door allerlei uitdagingen, ik weet zeker dat we in ieder geval één ding gemeen hebben: we willen ons leven en onszelf verbeteren. Dat wil niet zeggen dat er iets mis is met ons, maar mensen worden geboren met een bepaald instinct om beter te worden en te blijven groeien. Dat zit in ons allemaal. Maar er zijn mensen die ervoor kiezen om op dezelfde manier verder te gaan. Jij toch niet?

De acht Power Skills

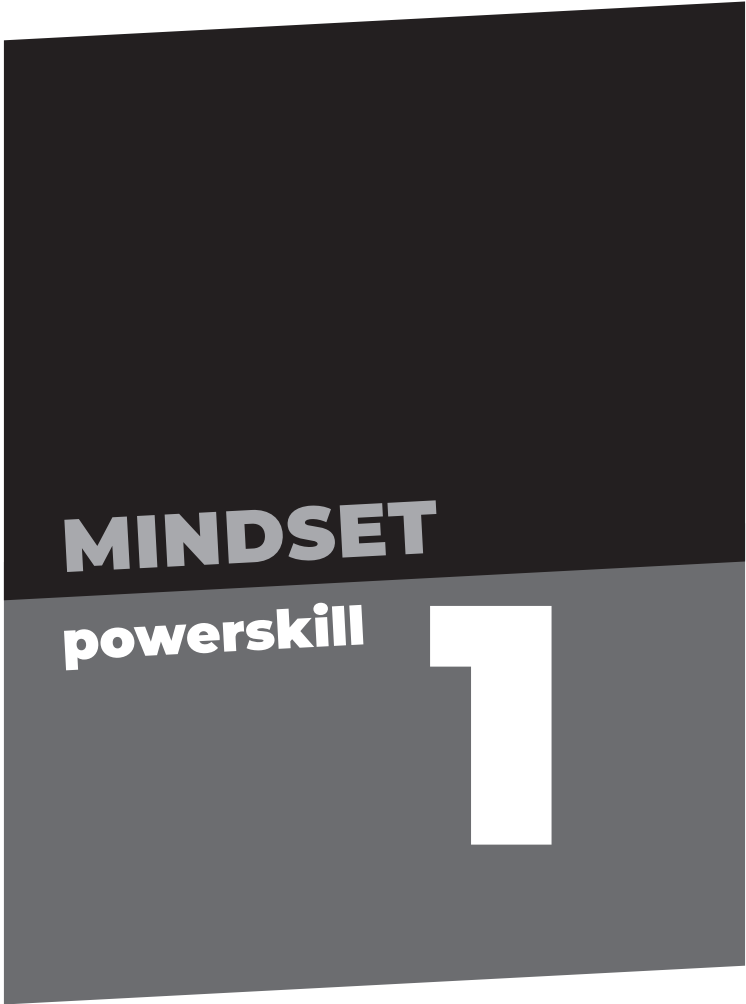
Wil jij ook verkopen als een echte baas? Geen gezeur meer over het niet behalen van je targets. Altijd on track voor je bonussen. Dat zou lekker zijn, toch? Ik wil je graag helpen en daarom heb ik bedacht welke vaardigheden en eigenschappen je moet ontwikkelen om een topverkoper te worden. Wanneer je street smart wilt leren verkopen, is het belangrijk dat je de acht Power Skills goed beheerst. Deze skills bespreek ik in acht hoofdstukken en ik beloof je dat als je ze jezelf aanleert, je op de korte termijn al successen gaat behalen. Al is het natuurlijk wel een kwestie van oefenen en uitproberen.

Dit zijn de acht Power Skills:

- **Mindset:** het start allemaal tussen je oren
- **Personaliseren:** mensen kopen liever van mensen die ze kennen
- **Doelen stellen:** zonder concrete doelen geen concrete resultaten
- **Structuur:** in je leven, je werk en je gesprekken
- **Dialoog:** praten, vragen, luisteren, begrijpen en overtuigen
- **Storytelling:** breng je verkoopgesprek tot leven met verhalen
- **Always Be Closing:** waarom je altijd om de order moet vragen
- **Vertrouwen:** hoe je ervoor kunt zorgen dat mensen je vertrouwen

Als je deze acht skills beheerst, ben jij in staat om alles aan iedereen te verkopen.

Ik ga je uitleggen hoe je de skills direct in de praktijk kunt toepassen. Aan de hand van deze skills heb ik duizenden andere verkopers en ondernemers geholpen met het verbeteren van hun verkoopresultaten. Daarom durf ik met zekerheid te zeggen dat het lezen van dit boek je op meerdere vlakken gaat helpen, zowel zakelijk als in je privéleven. Ik geef je de garantie dat je écht een betere verkoper wordt als je alles uit dit boek in de praktijk toepast. Sterker nog, ik weet zeker dat de inhoud van dit boek je gaat inspireren om te blijven leren en om jezelf te blijven ontwikkelen. Dan is mijn doel bereikt!



Het begon twintig jaar geleden. Ik was voor de zoveelste keer gestopt met school. 'Ga maar gewoon werken,' zei mijn vader, omdat ik inmiddels negentien was en mijn ouders er steeds minder vertrouwen in hadden dat ik ooit nog een opleiding zou afmaken. Maar in de horeca werken was niet echt wat ik de rest van mijn leven wilde doen. Eén ding wist ik zeker, en dat was dat ik goed kon opschieten met klanten. Ik moest iets gaan doen met verkopen, want ik was street smart: ik wist wat nodig was om iets te kunnen verkopen. Ik had de mindset om nieuwe dingen te leren en om mezelf te ontwikkelen.

Ik solliciteerde bij een bedrijf in Utrecht, waar ik financiële producten (beleggingen en pensioenen) via de telefoon moest verkopen aan vermogende particulieren. Dat was in de tijd dat je nog mocht roken op kantoor en dat iedereen een stropdas droeg, zelfs als er geen klanten langskwamen. Elke dag kregen we een stapel met leads, A4'tjes met adresgegevens van mensen waarop je ook aantekeningen kon maken. Dat ik een vlotte babbel had, wist ik wel. Maar een financieel product verkopen aan de telefoon was toch nog andere koek. We kregen wel een training, maar die was meer gericht op de inhoud van de producten en de markt dan op de manier waarop ik het product moest verkopen. Ik had een klein basissalaris en een goede commissieregeling. Elk resultaat werd op een groot whiteboard gezet en ik zag hoe bepaalde collega's het voor elkaar kregen om mooie bonussen te verdienen; dat inspireerde mij enorm. Ik wilde heel graag beter worden, alleen wist ik niet precies hoe.

Ik baalde als een stekker dat het me niet lukte om beter te worden. In mijn verkoopgesprekken merkte ik dat ik me probeerde

te spiegelen aan mijn klanten. Als negentienjarige jongen probeerde ik doorgewinterde ondernemers en vermogende mensen ervan te overtuigen met mij in zee te gaan. Ik heb echt alles geprobeerd, zoals deftig praten en doen alsof ik een financiële expert was. Ik deed me anders voor dan hoe ik was en ik verdiepte me vooral in de productkennis. Ik leerde veel over de financiële markten en merkte dat ik in mijn gesprekken vooral zelf veel aan het woord was. Eigenlijk was ik bang om de prospect te verliezen en durfde ik geen stiltes te laten vallen. Ik begon aan mezelf te twijfelen omdat het me niet lukte een fatsoenlijk resultaat te halen. Het ging zelfs zo slecht dat ik een aantal keren heb overwogen om mijn baan op te zeggen.

Omdat ik mezelf anders voordeed dan hoe ik daadwerkelijk was, ging het niet goed. Onbewust bepalen mensen of je echt jezelf bent en dat zorgt voor sympathie en vertrouwen. Door te veel aan het woord te zijn gaf ik mijn prospects te weinig ruimte, terwijl in een goed verkoopgesprek juist meer ruimte voor interactie moet zijn. In het hoofdstuk over dialoog (skill 5) ga ik hier uitgebreid op in.

Op een dag besloot ik dat het niet meer ging. Ik wilde meer leren over sales. Voordat ik met werken begon (mijn werkdag begon in de middag), liep ik eerst langs de bibliotheek in Utrecht. Op de afdeling managementboeken vond ik een boek dat mijn sales-carrière een enorme boost zou geven. Het was *Secrets of Closing the Sale* van de bekende Amerikaanse verkoper Zig Ziglar. Toen ik begon met lezen, werd ik opgeslokt door de prachtige verhalen die Zig vertelde over zijn ervaring als verkoper. Een quote uit het

boek die ik me nog heel goed kan herinneren, is: 'You don't have to be great to start, but you have to start to be great.'

Het voelde alsof het boek voor mij was geschreven en ik had de mogelijkheid om alle lessen direct in de praktijk toe te passen. Er staan tientallen afsluittechnieken in; verderop in dit boek lees je een aantal voorbeelden. Ik leerde bovenal dat ik gewoon mezelf kon zijn in mijn verkoopgesprekken. Zig Ziglar staat voor integriteit en eerlijkheid en dat was anders dan wat ik had gezien bij sommige collega-verkopers. Ik merkte dat de filosofie mij erg aansprak en dat ik de lessen uit zijn boek direct in de praktijk kon toepassen. Op dat moment heb ik bewust besloten dat verkopen écht bij mij past en dat ik er meer over wilde leren. In hetzelfde boek van Ziglar vond ik een andere quote die mij heeft geholpen om de volgende stap te zetten: 'You can be successful if you just help enough other people to be successful.' Dit leerde mij dat ik juist andere mensen moest helpen om zelf beter te worden.

Ik werd steeds beter in mijn eigen verkoopgesprekken en haalde steeds vaker mijn targets. Dat bleef niet onopgemerkt bij mijn collega's, waardoor ze naar mijn gesprekken wilden luisteren. Ik ging me meer en meer verdiepen in sales en ging meer boeken lezen. Alles wat ik leerde, probeerde ik direct in de praktijk toe te passen. Af en toe ging ik wel eens op mijn bek, omdat het niet altijd comfortabel voelde om dingen anders te doen dan ik gewend was, maar uiteindelijk wist ik de theorie goed door te vertalen naar de praktijk. Omdat ik het leuk vond om mijn kennis over te brengen, werden mijn collega's ook beter en zo was ik nog beter in staat om de kunst van het verkopen onder de knie te krijgen.

STREET SMART SALES

Als je street smart bent, kun je alles aan iedereen verkopen. Wil jij ook zo'n topverkoper worden die ijs kan verkopen aan eskimo's? Ontdek dan de kracht van de 8 powerskills.

Moderne klanten zijn moeilijk te overtuigen. Ze zijn goed geïnformeerd en niet bang om te onderhandelen. Als jij wilt winnen, dan moet je street smart worden: zelfverzekerd, alert en altijd beter voorbereid dan de ander.

Street smart sales zit boordevol verhalen, inspiratie, praktische tips en voorbeelden waarmee je een betere verkoper wordt. Ontdek wat topverkoper Ronald Bogaerds duizenden verkopers heeft geleerd en word ook een street smart topverkoper.

Ronald Bogaerds is de best beoordeelde commerciële trainer op Studytube, en dat onderstreept hij met dit boek. Een aanwinst voor iedereen die wil gaan voor het maximale resultaat in sales!
Homam Karimi, CEO en oprichter van Studytube

Eindelijk is het boek van Ronald klaar. Het was het wachten waard. Elke ambitieuze verkoper moet dit lezen!

Michel Scheidt – Oprichter van Improvers en investeerder



Ronald Bogaerds is verkooptrainer, spreker en adviseur. Hij is directeur van Sales Academy. Hij wordt ingehuurd door organisaties als Essent, SDU, Postcodeloterij, Telfort en andere zakelijke dienstverleners om verkopers te leren hun targets te halen.

HAYSTACK

