



**SALES**BOOST  
CONSULTANCY



<https://sales-boost.be>

Omdat uw klanten de beste service verdienen.



# **Ondernemen & Verkopen na de coronacrisis**

Bart Daems

© 2020 SalesBoost Consultancy - Noorderwijk (België)

*Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur en de uitgever.*

Auteur: Bart Daems

Coverontwerp: Bart Daems

ISBN: 9789464056860

Trefwoorden: Ondernemen, Ondernemerscoach, Ondernemers Coach, Zelfstandige, Een eigen zaak starten, Zelfstandige worden, Verkopen, Sales, Verkooptechnieken, Leren verkopen, Sales Trainer, Sales Training, Salestrainer, Sales Coach, Sales Coaching, Verkooptraining, Verkooptrainer, Retail, B2C, corona, coronacrisis

<https://sales-boost.be>

# INHOUD

<b>INLEIDING .....</b>	<b>7</b>
Corona hakte er stevig in.....	7
Onzekerheid .....	8
Afspraken vielen weg .....	9
Ben je een klager of een winnaar? .....	10
Stop met verkopen; start met helpen .....	11
Voor jou.....	13
<b>Hoofdstuk 1: HELP JE KLANTEN ÉCHT .....</b>	<b>15</b>
Hoe kan ik je helpen? .....	15
Klanten zijn in de war, net als jij.....	16
Hoe pak je dat dan aan? .....	17
Wees de meest waardevolle speler .....	19
Behandel jouw klanten als vrienden .....	21
<b>Hoofdstuk 2: POST-CORONA VERKOOP STRATEGIE .....</b>	<b>25</b>
Verkopen zoals vroeger is voorbij .....	25
Bestaande klanten vs nieuwe klanten .....	26
Geheime wapen tool box .....	28
Spreek tot de verbeelding .....	28
Hoe het NIET moet .....	30
Hoe het WÉL moet .....	31
<b>Hoofdstuk 3: HOE JEZELF EN JE KLANTEN MOTIVEREN .....</b>	<b>33</b>
Limiterende overtuigingen .....	33
Wil jij klagen of wil je winnen? .....	34
Stimulerende overtuigingen .....	36
Doelen stellen.....	37
Hoe NLP kan helpen .....	39
Motivatie .....	41
Investeer in jezelf .....	42
<b>Hoofdstuk 4: WAT IS JOUW MARKETING PLAN?.....</b>	<b>45</b>

Hoe ga jij de markt betreden? .....	45
Wat is een marketing plan? .....	46
Waarom een marketing plan? .....	47
Gouden raad .....	48
Voor iedereen .....	49
Eigen identiteit .....	50
Website als basis .....	50
Voor iedereen .....	51
Marketing als investering .....	52
<b>Hoofdstuk 5: ZET IN OP HEDENDAAGSE TOOLS .....</b>	<b>55</b>
Wees mee met technologie .....	55
E-commerce boomt .....	56
Let op .....	58
Take-away en Delivery .....	58
Tools ter ondersteuning .....	60
Communicatie is key .....	62
Oefening baart kunst .....	63
<b>Hoofdstuk 6: VIDEO IS THE NEW BLACK .....</b>	<b>65</b>
Het oude normaal komt niet meer terug .....	65
Video Calls als alternatief .....	66
Zoom .....	67
Teams .....	68
Whereby .....	69
Video is overall .....	71
Video in je e-mails .....	72
video calling etiquette .....	75
Nog enkele bijkomende tips .....	75
<b>Hoofdstuk 7: DE KRACHT VAN SOCIALE MEDIA .....</b>	<b>77</b>
Sociale media als uitlaatklep .....	77
Niet anders tijdens en na corona .....	78
Sociale media zijn een goudader .....	78
Uitbesteden of niet? .....	80
Wat moet ik posten? .....	81
Sociale media en Google .....	82
Haal ALLES uit sociale media .....	83

<b>Hoofdstuk 8: FIELD VISITS.....</b>	<b>85</b>
Het oude normaal komt niet meer terug .....	85
Field visits blijven soms noodzakelijk .....	86
Veiligheid boven alles .....	87
Wat met oude gewoontes? .....	87
<b>Hoofdstuk 9: NETWERKEN .....</b>	<b>89</b>
Wat is netwerken?.....	89
Wat met netwerken tijdens en na de coronacrisis? .....	90
Referenties .....	92
Live video's & webinars .....	93
Sociale media.....	94
<b>Hoofdstuk 10: NAAR DE TOEKOMST.....</b>	<b>97</b>
Maak je geen illusies .....	97
Blijf investeren in jezelf en in je zaak.....	99
Wees voorbereid .....	101
Crisisbudget .....	102
Tot slot.....	104
<b>OVER DE AUTEUR.....</b>	<b>107</b>
Vandaag.....	108
<b>BIBLIOGRAFIE.....</b>	<b>111</b>
<b>BOEKEN VAN DEZELFDE AUTEUR .....</b>	<b>113</b>
<b>TREFWOORDENREGISTER.....</b>	<b>115</b>







***“The secret of change  
is to focus all of your  
energy, not on  
fighting the old, but  
on building the new.”***

**Socrates**

(personage uit het boek Way of the Peaceful Warrior)



# INLEIDING



*"Het "oude normaal" komt nooit meer terug. Wen er maar aan."*

**Bart Daems**

## *Corona hakte er stevig in*

Het jaar 2020 zal voor altijd de geschiedenis ingaan als het jaar waarin de wereld drastisch veranderde.

Wat in 2019 waarschijnlijk begon op een lokale markt in China, groeide uit tot een pandemie met zijn impact op de ganse wereld.

Wat door onze Belgische minister van volksgezondheid in het begin werd omschreven als "maar een griepje", heeft uiteindelijk duizenden levens en vele jobs gekost.

Scholen werden gesloten, meer dan 1 miljoen mensen werden tijdelijk werkloos en vrijwel elke job sector ondervond problemen.

Het sociale leven viel anno maart 2020 volledig stil.

Toch ondervonden niet alle bedrijven hinder van de coronacrisis.

Er zijn ondernemers die de koe bij de horens hebben gevat en inspelen op de situatie; en net méér zaken gingen doen.

Of kijk maar naar de e-commerce bedrijven met levering aan huis: deze deden en doen gouden zaken.

Hoe kan dat dan, hoor ik je denken?

Simpel: omdat dit soort bedrijven en producten afgestemd was op het helpen van de afnemer in deze crisis situatie. Een oplossing voor een probleem dus.

## *Onzekerheid*

Want daar draait het uiteindelijk om: hoe kunnen we als verkoper onze klanten het beste helpen.

Hoe we onze klanten helpen staat in directe verbinding met of we als ondernemer of verkoper al dan niet succesvol zullen zijn in onze job en geld zullen verdienen of niet.

Akkoord, de kwaliteit van producten en/of diensten speelt een grote rol maar alles begint bij de verkoper.

In en na de coronacrisis is dit alleen maar sterker geworden.

Hoe meer de klant het gevoel krijgt dat hij effectief wordt geholpen, hoe meer hij geneigd is te kopen.

Dit hoort dan ook het uitgangspunt te zijn: hoe kunnen klanten het beste worden geholpen?

Ondernemers en bedrijven die geraakt zijn door de crisis verkeren in grote onzekerheid.

Mogelijks is hun business gedeeltelijk of zelfs helemaal weg gevallen.

Gaan ze er door geraken, en hoe gaan ze hier als onderneming uitkomen?

Ik garandeer je dat – als een klant het gevoel heeft dat hij onvoorwaardelijke hulp en advies heeft gekregen, hij geen enkele reden heeft om zijn heil nog elders te gaan zoeken.

Alles begint bij het niveau van de dienstverlening.

Is deze hoog, dan is dit de eerste stap naar succes.

Is deze laag, dan is dit gegarandeerd een limiterende factor voor jouw eigen zakelijk succes.

Want zeg nu zelf, waar koop jij zélf het liefste?

Zeker in onzekere tijden als deze, willen mensen zeker zijn dat de centen die ze spenderen, hun ook iets opleveren.

Klanten kopen bij mensen die ze aardig vinden en die hen kunnen helpen zelf terug succesvol te zijn.

Als jij ervoor kan zorgen dat je je klanten helpt naar meer succes (dus focus op hún succes, niet het jouwe), dan zal je succesvol zaken doen in en na de

coronacrisis.

## *Afspraken vielen weg*

Van een goed gevulde agenda naar een maagdelijk wit blad.  
En dat op enkele uren of dagen tijd.

Het overkwam menig verkoper in de maand maart 2020.  
Klanten geraakten terecht in paniek en belden massaal hun afspraken af.  
Toen we iets later in volledige lockdown gingen, móchten verkopers zelfs geen klanten meer zien.  
Wat nu?

Ook daar is het zaak om als ondernemer of verkoper creatief uit de hoek te komen.

Is fysieke aanwezigheid ook daadwerkelijk vereist?

Afhankelijk van je branche en producten of diensten kan een telefonische afspraak een oplossing bieden.

Of beter nog: een online meeting.

Akkoord, voor bepaalde producten wordt inzetten op e-commerce en online vergaderen minder evident.

Maar toch heeft de coronacrisis ervoor gezorgd dat we waarschijnlijk anders zaken zullen doen.

Ik heb natuurlijk geen glazen bol, maar ik denk dat we in de nabije toekomst zelfs grotere aankopen zoals bijvoorbeeld auto's online zullen doen.

Bij Tesla kan dit bijvoorbeeld al.

Mensen gaan echt 2 keren nadenken alvorens naar een showroom gaan om dingen aan te raken die anderen net hebben vastgehad.

Had je als verkoper vroeger een target op ritme van 15 tot 20 afspraken per week?

En bracht je dagelijks als je alles optelt meerdere uren in de wagen door?

De volledige week die je vroeger nodig had om 15 tot 20 klanten per week te kunnen zien, kan via online meetings worden gereduceerd naar 3 dagen.