

Tips voor een goed verkoopsgesprek

Begroet al je klanten

Iedere klant die je winkel binnenkomt moet begroet worden. 100%. En dat betekent dat wanneer je in gesprek bent met die ene klant, toch even de tijd neemt om die andere klant te begroeten. Het geeft je klant een welkom gevoel (en ja, het voorkomt ook diefstal).

Glimlach

Begroet je die klant, vergeet dan niet te glimlachen. Alleen een glimlach zorgt er al voor dat je klant je winkel positiever beoordeelt, eerder in gesprek raakt met een medewerker en sneller terug komt naar je winkel. Lees die laatste zin nu nog eens.

Alleen door te glimlachen dus. Put on your smiling face!

Probeer al je klanten te benaderen

Ok, de ene klant in de steek laten om de andere klant te benaderen is meestal geen goed idee (tenzij die tweede klant al lang staat te wachten en je even aangeeft dat er zo iemand aankomt).

Maar in andere gevallen: benader alle klanten die binnen lopen. Geef je klant na binnenkomst en begroeting even de tijd om zelf rond te lopen, maar stap daarna op hem of haar af om een gesprek aan te knopen.

[O ja, en als je die klant aanspreekt, doe dat dan ALS-JE-BLIEFT met een andere zin als "Waar kan ik u mee helpen?"](#)

Stel vragen

Heb je een gesprek aangeknoopt, vergeet dan niet om vragen te stellen. Echt, het is ongelooflijk hoe weinig er door de gemiddelde verkoper gevraagd wordt. Stel jezelf en je team morgen (of maandag) maar eens op de proef. Houd bij hoeveel vragen er gesteld worden. Helaas heb je meestal maar enkele vingers nodig. Maar als je geen vragen stelt, hoe weet je dan in hemelsnaam wat je klant precies zoekt?

Geen aannames doen

Die verkopers die geen vragen stellen, die denken te weten wat de klant wil. Die doen aannames. En ook wanneer je wel vragen stelt, komen aannames snel om de hoek kijken.

‘Deze klant zal wel niet zo veel geld uit willen geven.’ ‘Volgens mij komt deze klant helemaal niets kopen.’ ‘Die klant wil vast niet dat ik nog een extra product onder de aandacht breng.’

Allemaal aannames (en er zijn er nog veel meer) die omzetverlagend werken. Want jij bent vast bepaalde dingen voor die klant in aan het vullen.

Niet doen dus. Want je snijdt jezelf in je vingers. Stel liever nog een aantal extra vragen om te voorkomen dat je aannames doet.

Luister

In de meeste verkoopgesprekken is de verkoper voornamelijk aan het woord. En dat terwijl het precies andersom zou moeten zijn. Je klant moet het meeste praten. Jouw klant moet zich gehoord voelen. Het gevoel krijgen dat jij precies begrijpt waar hij of zij het over heeft.

En dat doe je door je klant aan het woord te laten. En zelf stil te zijn. Probeer de 80/20 regel aan te houden. De klant is 80% van de tijd aan het woord, en jij 20%.

Stiekem best lastig hoor. Maar oefening baart kunst!

Toon interesse

Vrijwel iedere klant laat tijdens een verkoopgesprek wel iets persoonlijks vallen. Over zijn of haar huis, hobby's, werk, kinderen of huisdier. Speel daar op in. Vraag door. Leer je klant kennen. Je klant is ook gewoon maar een mens. Een mens die het op prijs stelt als iemand interesse heeft. We voelen ons allemaal graag belangrijk.

Toon dus interesse. En voor bonuspunten: onthoud wat je klant heeft verteld en vraag er een volgende keer nog eens naar.

Vertel een verhaal

Het zijn verhalen die verkopen. Verhalen zorgen ervoor dat we emoties voelen. Verhalen zorgen ervoor dat we onszelf herkennen. Vertel dus een verhaal over het product waar de klant in geïnteresseerd is. Een verhaal over wat jouw ervaringen zijn bij het gebruiken van dit product. Of het verhaal van een andere klant.

Ken je producten

Aansluitend op het vertellen van verhalen: zorg dat je jouw producten kent. Test ze zelf uit. Laat je team de producten proberen. Die oefening was goud waard tijdens verkoopsgesprekken. Medewerkers wisten klanten precies te vertellen hoe ze de beste combinaties met een bepaald artikel maakten. Ervoor zorgen dat jij en je medewerkers je producten door en door kennen zorgt ervoor dat je winkel direct deskundig overkomt. Plan die test-momenten dus in.

Vertel voordelen in plaats van kenmerken

Wil je klanten overtuigen van een bepaald product? Stop dan met praten over de kenmerken van dat product. Afmetingen, specificaties of eigenschappen... het is niet wat die klant wil horen. Die klant wil weten wat voor voordeel die kenmerken hem of haar opleveren. Die

bepaalde afmeting zegt de klant niets. Maar dat het artikel makkelijk mee te nemen is naar huis (door de beperkte afmeting), dat is pas interessant.

Leer jezelf aan om kenmerken van artikelen te vertalen naar voordelen voor de klant. Dat is hoe je jouw klanten overtuigt.

Toon je passie

Zo'n verkoper die een standaard riedeltje opdreunt, ik word er niet vrolijk van. En ik wil er al helemaal niets door kopen. Maar iemand die (bijna) staat te springen van enthousiasme over zijn vak, die kan mij alles verkopen. Toon dus alsjeblieft je passie. Vertel waarom jouw producten onweerstaanbaar geweldig zijn. Laat zien dat je blij wordt van het helpen van klanten en het werken in je branche. Enthousiasme werkt namelijk aanstekelijk.

Wees eerlijk

Nee, nee, nee, ga alsjeblieft niets aansmeren aan je klant. Denk lange-termijn, niet korte-termijn. Die klant die vandaag met iets de deur uitloopt maar morgen terugkomt omdat je advies waardeloos was, daar heb je niets aan. Wees eerlijk als die klant op het punt staat een artikel te kopen wat –om welke reden dan ook – niet past bij zijn of haar behoefte. Ze zullen je eerlijkheid waarderen.

Maak het niet te ingewikkeld

Dat jij bepaalde kennis in huis hebt, dat betekent nog niet dat je klant die kennis ook heeft. Houd daar rekening mee in je verkoopgesprek. Vermijd vaktaal of ingewikkelde termen. Je wil je klant niet het gevoel geven dat hij of zij er niets van snapt.

Vergeet het gezelschap niet

Vergeet nooit het gezelschap van je klant. Stiekem hebben die vrouwen, kinderen of mannen heel wat meer invloed dan je vermoedt. Betrek ze in het gesprek, vraag hun mening, geef de kinderen iets om te doen.

Doe aan “bij verkoop”

De meeste winkelmedewerkers beginnen er liever niet aan “bij verkoop”. Misschien jij ook niet. Want laten we eerlijk zijn, het kan snel aanvoelen alsof je iets aansmeert wat de klant niet op prijs stelt. Weet je hoe het makkelijker wordt? Door het gewoon te doen. Hoe vaker je het doet, hoe makkelijker het wordt.

En nee, je hoeft die klant niet te overstelpen met producten. Vraag gewoon eens of die klant het fijn vindt als je een product laat zien wat aansluit op dat eerste product. Is het antwoord nee, dan ga je door alsof er niets gebeurd is. Maar waarschijnlijk sta je er versteld van hoe vaak het antwoord ja is.

Geef je klant de ruimte er over na te denken

Is je klant op het punt van beslissing beland? Heb je de technieken om een klant te overtuigen ingezet? Dan kan het lonen je klant (en zijn of haar gezelschap) even een momentje alleen te laten om na te denken of te overleggen.

Deze tactiek zorgt ervoor dat de klant nooit het gevoel krijgt dat hem of haar iets opgedrongen is. En wil je, voordat je weggaat, nog wat extra overtuigend zijn?

De zin “Maar u bent vrij om te kiezen”. Het blijkt je overtuigingskracht maar liefst te verdubbelen.

Geef de klant altijd een oplossing

Maak het een standaard regel binnen je winkel dat de klant altijd met een oplossing je winkel uitloopt. Verkoop jij een bepaald artikel niet? Verwijs je klant dan door naar de concurrent. Wil die klant nu nog even niets kopen? Geef ze dan een brochure of een papier met aankooptips mee. Het is een stukje [wederkerigheid](#). Je laat de klant zien dat je om hem of haar geeft, ook al koopt die persoon niets. En die wederkerigheid, die komt uiteindelijk altijd weer bij je terug (net als die klant).

Maak iets speciaals van het einde

Het laatste moment wat je klant beleeft? Dat blijft lang hangen in de herinnering van je klant. Sterker nog, het is één van de momenten die je klant zich het beste herinnert van het hele verkoopgesprek. Zorg er dus voor dat je van het laatste moment in je winkel iets speciaals maakt. En dat mag ook gewoon door iets kleins te doen. De deur open te houden wanneer je klant weggaat bijvoorbeeld. Een gratis kopje koffie of die pepermuntjes als afsluiting geven je toch een beter gevoel over de service. Alle kleine beetjes helpen.

Info uit publicatie van "kooplust". Je kan hun website raadplegen voor nog meer inspiratie.



www.gea-interieurtextiel.be