



LEEF JE DROOMLEVEN ALS ONLINE ONDERNEMER

VIRTUEEL ASSISTENT WORDEN | © ROËLLA VERMEIREN



MODULE 6

MOEITELOOS VERKOPEN

”

***"Wanneer je
deze week
maar 1 ding
aan je
bedrijf zou
kunnen
doen, kies
dan voor een
sales actie"***



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

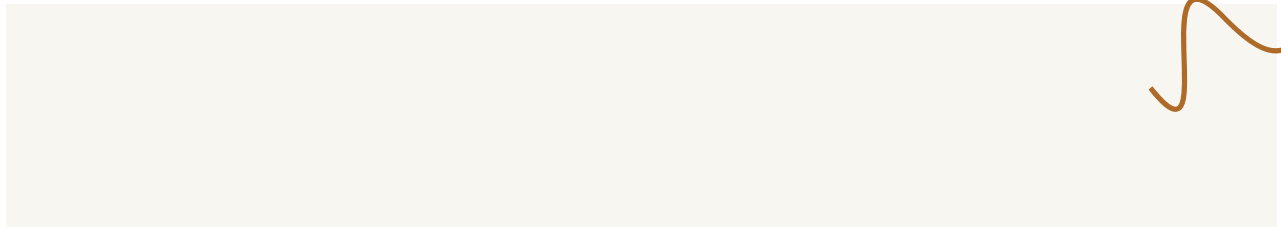
Zonder sales geen business. Simple as that. Wanneer je nog geen klanten hebt, maar zeker ook wanneer je wel al klanten hebt. Jezelf verkopen kan in het begin wat lastig of onwennig zijn maar is niet meer dan een kwestie van oefenen. Er zijn ontzettend veel manieren van sales maar wat vooral belangrijk is: kies de manier die bij je past!

Als ik denk aan 'cold calling' krijg ik spontaan jeuk. Een leuke informele netwerkbijeenkomst of online bijeenkomst kan ik dan wel weer heel erg leuk vinden. Er is geen goed of fout. Er is alleen zoiets als wel in actie komen versus jezelf verstoppen. Een website maken is leuk, sales is nodig.

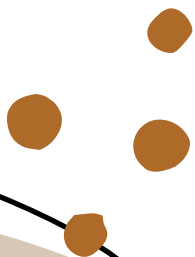
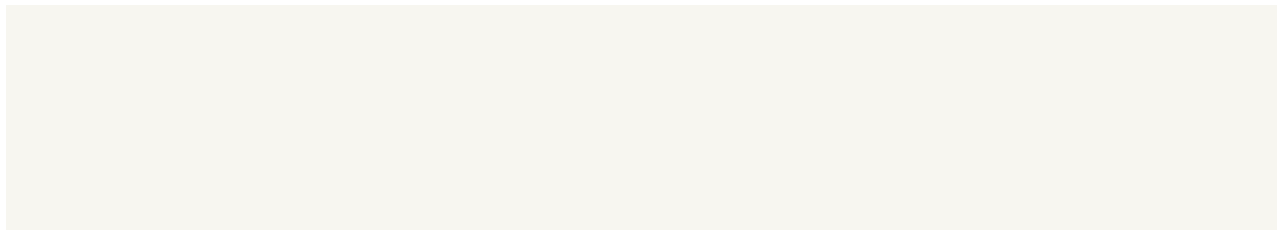
In deze module wil ik je laten zien dat sales op heel veel manieren nodig is en dat het vooral zaak is om de manier te kiezen die bij je past. Daarnaast kijken we naar welke manieren er zijn om aan de eerste klanten te komen en maken we hier een concreet actieplan voor.

OPDRACHT 1.1 JIJ EN SALES

Welk gevoel krijg je als je denkt aan sales en verkopen?



Welke actie zou je kunnen ondernemen om sales (nog) meer fun voor jezelf te maken? Wat heb je daarvoor nodig?



PERSOONLIJK

Mijn eerste klant kwam via Instagram maar inmiddels heb ik klanten via diverse kanalen. Via mijn eigen netwerk, door aanbevelingen van mijn eigen klanten, door mijn website, via LinkedIn en via netwerkbijeenkomsten. Toegegeven, de eerste klanten zijn het lastigst maar als je het goed aanpakt kun je een sneeuwbaaleffect voor jezelf creëren waardoor je moeiteloos nieuwe klanten aantrekt.

In de beginfase heb ik ontzettend veel tijd gestoken in online en offline zichtbaar zijn. Zo ben ik vrijwel dagelijks zichtbaar geweest op social media en ging ik minimaal 1x per maand naar een netwerkevent of een event waar andere ondernemers aanwezig waren. Op deze manier heb ik op een hele relaxte manier mijn netwerk vergroot, zonder dat ik het idee had constant met sales bezig te zijn. Ik was vooral heel erg mezelf en daar is dan weer helemaal niks moeilijks aan. Vaak ging ik alleen, soms samen met iemand. Beiden heeft zijn voor en nadelen.

De events ging ik heel relaxt in, zonder al teveel verwachtingen. Ik had wel met mezelf de afspraak niet de hele dag bij dezelfde mensen te blijven hangen en meerdere mensen te spreken, maar verder keek ik waar ik zin in had. Plus, ik had de afspraak met mezelf dat als ik het echt niet leuk zou vinden, ik gewoon naar huis zou gaan. Nooit gebeurd overigens maar het is prima om het voor jezelf zo leuk mogelijk te maken. Ik vind sales inmiddels ook écht leuk, omdat het vooral vaak over verbinden gaat. Nooit gedacht dat ik hier zoveel plezier aan zou beleven.'

MODULE 6 | MOEITELOOS VERKOPEN

PERSONAL BRANDING

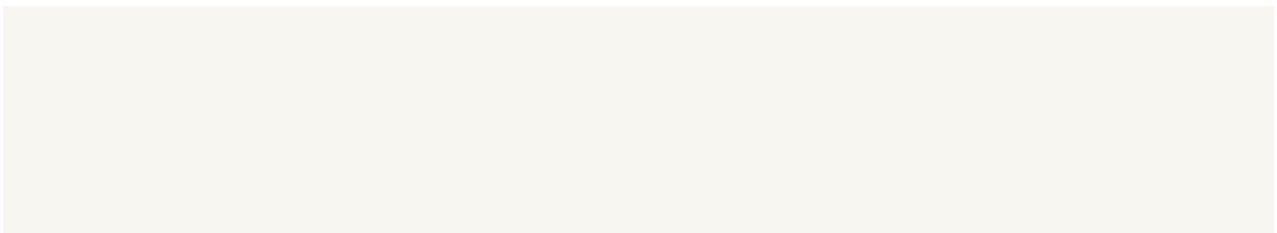
‘Mensen vergeten misschien wat je gezegd hebt maar ze vergeten niet hoe ze zich door jou voelen’

We hebben het al eerder kort benoemd, wanneer je als ondernemer een dienst verkoopt is het goed om na te denken over je personal branding. En die branding zit echt niet enkel in je logo of je huisstijlkleuren maar dat zit in al je professionele uitingen. Of dit nu online of offline is, op je website of tijdens een gesprek. Draag uit wie je bent, en welk gevoel je wil achterlaten bij mensen. Zorg dat mensen positief over je denken in elke interactie die ze met je hebben.

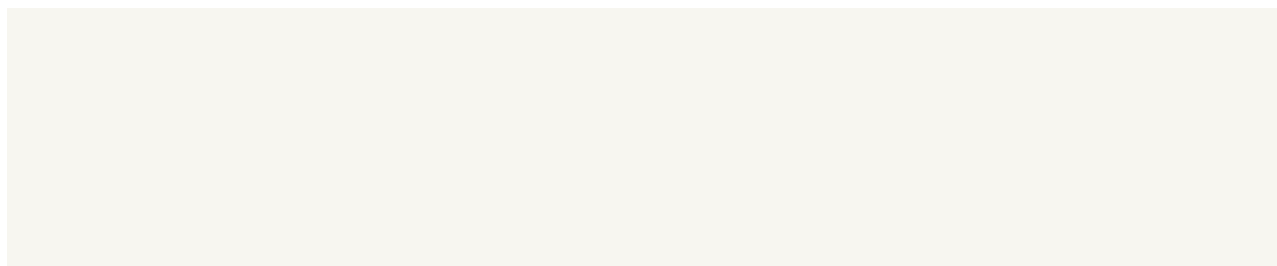
TIP: Het boek Personal branding voor ZZP'ers van Tom Scholte.

OPDRACHT 2.1 VRAAG EN ANTWOORD

Wat wil je van jezelf laten zien? Waar ben je echt goed in en trots op. Noem minimaal 3 zakelijke en 3 persoonlijke aspecten.



Welk probleem los je voor de ander op?



MODULE 6 | MOEITELOOS VERKOPEN

Wanneer je personal brand goed staat bereik je onder meer de volgende 3 dingen:

1. Je trekt de juiste klanten aan;
2. Je stoot, je niet ideale klanten, direct af;
3. Door goede personal branding word je onthouden.

Wat je wil bereiken met je branding is dat als mensen alleen al denken aan een VA, dat jouw naam in hun hoofd naar boven komt.

Dit bereik je door vooral jezelf te zijn (ga niemand nadoen, daar prikken mensen zo doorheen), je unieke en onderscheidende vermogen te kunnen benadrukken en door consistent te zijn in je uitingen. Dit is belangrijk voor alle facetten binnen je bedrijf. Dus in gesprekken met mensen, op je website, maar ook in het werk dat je gaat doen. Welke belofte doe je aan mensen en maak je deze ook altijd waar? Wat je aan de voorkant communiceert moet overeenkomen met jou als persoon en wat je aan de achterkant levert.



***Meer weten over Personal branding?
Bekijk de bonus masterclass van
Instagram Expert Amber Rosa***

MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

MOEITeloos VERKOPEN

9 manieren om aan klanten te komen

Er zijn ontzettend veel mogelijkheden om aan nieuwe klanten te komen. Je moet de kansen alleen wel zien en, nog veel belangrijker, zelf in actie komen. Je hebt inmiddels helder welk probleem jij gaat oplossen en tegen wie je praat. Blijf tijdens je sales acties je ideale klant altijd in gedachte houden.

Wanneer we kijken naar sales hebben de acties die je neemt verschillende resultaten:

- Direct resultaat: deze acties kunnen je direct nieuwe klanten opleveren.
- Lange termijn resultaat: het planten van zaadjes waardoor je op lange termijn meer groei gaat ervaren.

Vaak zijn we geneigd om voor snelle actie en dus snel resultaat te gaan. Maar een combinatie van beide brengt je op korte én lange termijn groei. Zorg dat je salesactiviteiten een vast onderdeel worden op je takenlijst. Zo kun je na de eerste klanten ook een constante stroom van nieuwe leads blijven verzamelen.

Onderstaande manieren kunnen je verder helpen:

1. Je eigen netwerk

Oftewel: vertel iedereen die het wil horen wat je doet. Een stap die ontzettend vaak wordt overgeslagen. Zo zonde! Je eigen netwerk is namelijk goud waard. Ze gunnen je namelijk succes en zullen je om deze reden redelijk graag aanbevelen bij iemand anders. Wanneer je door iemand anders wordt aanbevolen vergroot dit direct het gevoel van vertrouwen bij de ander.

Zorg dat je aan je omgeving heel helder kunt uitleggen wat je precies doet (en voor wie) en waar je voor staat. Blijf weg van vaktermen/jargon en maak het zo simpel en concreet mogelijk zodat ze jouw verhaal makkelijk kunnen onthouden. Vertel je verhaal tegen iedereen die het wil horen. De eerste klanten zijn vaak dichterbij dan je denkt. Je eigen netwerk kan heel vaak je 'laaghangend fruit' zijn waar je wellicht wel heel snel de vruchten van kunt plukken.

MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

2. Social media:

Zichtbaar zijn op social media kan je zoveel opleveren. Bij deze de belangrijkste do's op social media.

- Consistent posten waarbij je je waarde deelt, interactie aangaat en jezelf laat zien via stories of Reels.
- Opbouwen van een online relatie met potentiële klanten door te reageren op posts en stories en gesprekken via dm. Laat jezelf (en daarmee dus je business) letterlijk zien.
- Stories: je leads krijgen de kans om je te leren kennen via stories. De perfecte manier om vertrouwen op te bouwen.
- Deel je testimonials online zodat ook anderen zien wat een fantastische VA je bent.
- Zorg dat je biografie klopt zodat potentiële klanten binnen een paar seconden weten waar ze voor bij jou terecht kunnen.

3. Pitch jezelf via Facebookgroepen

Stel jezelf voor in groepen op social media waar of veel andere VA's in zitten of veel andere ondernemers. Kijk hierbij echt kritisch of de groepen actief zijn en of jouw ideale klant zich hier mogelijk kan bevinden.

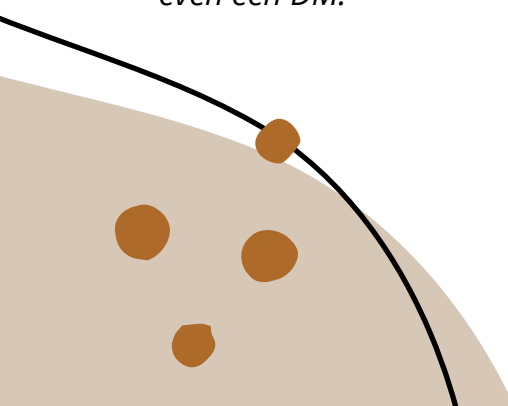
Selecteer een aantal groepen (max 4) en zorg dat je actief blijft in deze groepen. Dus niet enkel pitchen maar probeer ook echt andere te helpen. Voor je pitch is het belangrijk dat hij kort en helder is met een concrete call to action.

Voorbeeld van een pitch:

Hi, mijn naam is Roëlla! Net gestart als VA met als specialisme e-mailmarketing voor online ondernemers.

Ik sta bekend als een echte aanpakker en denk graag actief mee. Daarnaast krijg je mijn Brabantse gezelligheid er gratis bij. Want buiten dat het werk gewoon goed moet gebeuren is niks zo belangrijk als fijn met elkaar kunnen samenwerken.

Momenteel heb ik nog ruimte voor nieuwe opdrachtgevers. Denk je er zelf aan om je e-mailmarketing uit te besteden of ken je iemand die hier naar op zoek is, stuur me dan even een DM.



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

En wat je vervolgens doet in de groep is een belangrijk onderdeel van het succes. Blijf actief in de groep en zorg dat je ook écht helpt wanneer andere ondernemers een vraag stellen. Wanneer je andere mensen kunt helpen zullen ze je waarderen en vertrouwen. En, een fijne bijkomstigheid, aan je denken wanneer ze een VA aanbevelen bij iemand anders.

OPDRACHT 3.1 SCHRIJF HIER JOUW PITCH

4. Werk gratis

Wanneer je gaat starten en niet goed weet waar te beginnen is gratis werken in ruil voor een review een mooie start. Je kan er aan denken om ondernemers die je kent uit je netwerk hiervoor te benaderen (dit kan een oud collega of bv je schoonheidsspecialiste zijn).

Dit geeft je de kans om te starten met een opdracht, feedback te vragen, het proces van het onboarden van een klant te oefenen en je social proof te vergroten door het ontvangen van een review.

Een iets andere manier zou kunnen zijn:

Werken in ruil voor een dienst: wanneer je graag een fotoshoot wil doen of hulp nodig hebt bij je website kun je je VA werk ruilen voor een dienst. Ook wel een barteldeal genoemd. Op deze manier ruilen jullie je service met elkaar.

Belangrijk met dit soort opdrachten is om de periode niet te lang te maken en heldere afspraken met elkaar te maken over de verwachtingen.

Ben ook selectief met de mensen waar je gratis werk voor wilt verrichten. Kies hiervoor de mensen uit die echt bij je passen. Kader dit heel goed af en kijk goed wat je er zelf uit wil halen.

MODULE 6 | MOEITELOOS VERKOPEN

5. Werk samen met andere VA's

Waar jij momenteel nog op zoek bent naar je (eerste) klanten, zijn er andere VA's die vol zitten of zelfs werken met een wachtlijst. Dus investeer in je netwerk en in contact met andere VA's. Wanneer je elkaar namelijk op deze manier verder kunt helpen kan het een mooie win-win situatie opleveren voor jullie beide. Hoor je een VA zeggen dat ze vol zit met werk en daardoor geen ruimte heeft haar bedrijf te laten groeien? Dit is het perfecte moment voor jou om je pitch nog eens te doen. Buiten dat je kan samenwerken zie ik ook regelmatig dat VA's potentiële opdrachten naar elkaar doorspelen. Dus investeer in je netwerk met andere VA's. Buiten dat het je opdrachten op kan leveren, is het ook nog eens een erg leuke manier om nieuwe contacten te leggen en samen te kunnen sparren over het vak.

Tip: pak deze samenwerking net zo aan als alle andere. Maak dus duidelijke afspraken over verwachtingen en betalingen.

6. Reageren op een oproep - maar dan anders

Wellicht heb je ze wel voorbij zien komen. Een oproep waarin iemand aangeeft op zoek te zijn naar een VA. Erg waardevol want iemand heeft een directe vraag en hulp nodig. Nadeel is dat er veel reactie op dergelijke oproepen komt.

Het is dus belangrijk om op te vallen tussen al die andere reacties ipv 'onderaan de stapel' te belanden. Mocht je dus echt je droom opdracht voorbij zien komen zorg dan dat je altijd een stapje extra neemt. Neem bijvoorbeeld een korte video (max 2 minuten) op waarin jij vertelt wie je bent en waarom jij de perfecte match zou zijn. Stuur een voicebericht via de dm met een korte toelichting of voer een kleine opdracht uit waarin jij je expertise laat zien.

Voorbeeld: iemand zoekt een VA die oa teksten gaat schrijven. Je zou ervoor kunnen kiezen om een pagina van de website te reviewen en kort je bevindingen te delen. Op deze manier laat je zien dat je expert bent en zet je net dat stapje extra.

In de bijlage 'Inspiratielijst voor het vinden van opdrachten' in de academie kun je een aantal websites vinden waar regelmatig oproepen voor een VA te vinden zijn.



MODULE 6 | MOEITELOOS VERKOPEN

7. Memberships

Een aantal van mijn eerste klanten kwamen via deze weg. Dit is een variant waarin je wellicht wat moet investeren maar ik heb het meer dan dubbel terugverdiend destijds.

Met een online membership bedoel ik een account op Instagram, Facebook of via een ander platform waar een groep ondernemers samen komt om te leren van een andere ondernemer over een bepaald thema. Deze memberships zijn vaak betaald.

Wanneer je met een groep ondernemers samen bent is er vaak de gelegenheid om je voor te stellen en/of je aanbod te vermelden. Destijds kwamen er via dit membership een aantal verzoeken van ondernemers die op zoek waren naar een VA. In plaats van de vele reacties die er normaal op een dergelijke oproep komen, waren er nu maar een handvol VA's die reageerde. Dit vergroot je uiteindelijke kans op een samenwerking natuurlijk enorm. Doe goed onderzoek of aansluiten bij een membership interessant voor je kan zijn.

8. Doelgroeponderzoek

De perfecte manier om met ondernemers in contact te komen. Dit onderzoek kan erg nuttig zijn op het moment dat je nog niet helder hebt met wie je zou willen werken en waar ze tegenaan lopen. Je kan een oproep doen in een facebookgroep waar veel ondernemers in zitten voor een kort onderzoek. In ruil hiervoor kun je iets terug doen. Zoals een aantal tips voor meer structuur geven, een tekst voorzien van feedback of een korte scan van de organisatie om te kijken waar ze tijd kunnen besparen.

Ga het gesprek niet in met de intentie om er een klant uit te halen maar echt om te leren van je doelgroep. Ben jezelf tijdens dit gesprek wel bewust van wat je uit wil stralen want wellicht komen ze in de toekomst nog bij je terug.

MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

9. Netwerken

Netwerken is een ideale manier om met allerlei verschillende mensen in contact te komen. Er zijn natuurlijk veel traditionele manieren van netwerken zoals de netwerkborrels of events maar het is zeker de moeite waard om ook eens anders te kijken naar netwerken.

Zie netwerken dan ook niet als een manier om direct klanten binnen te halen, maar zie het echt als een mogelijkheid om de verbinding aan te gaan met mensen. Zonder al teveel vastgestelde verwachtingen.

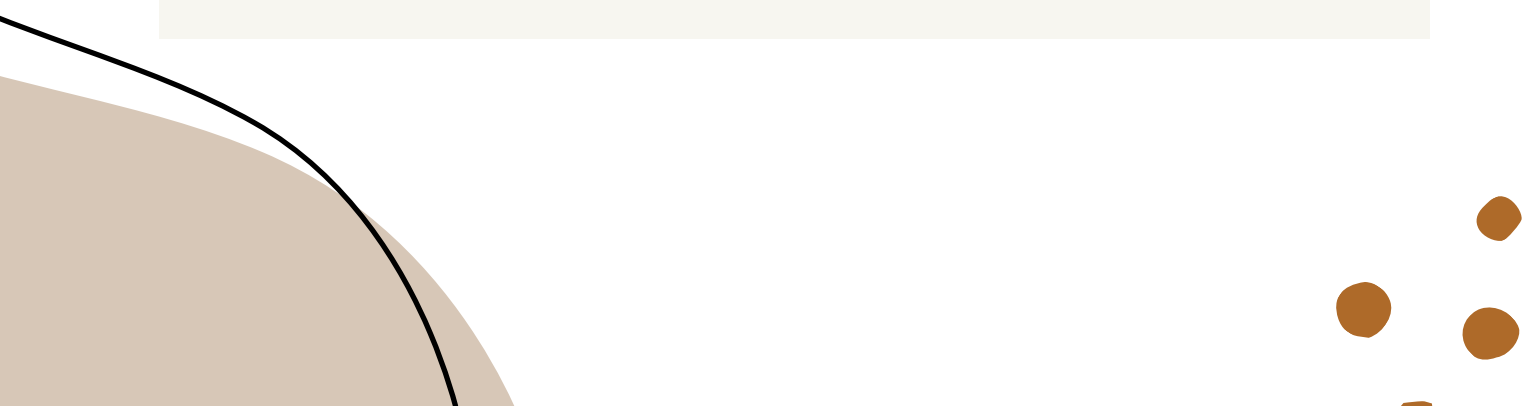
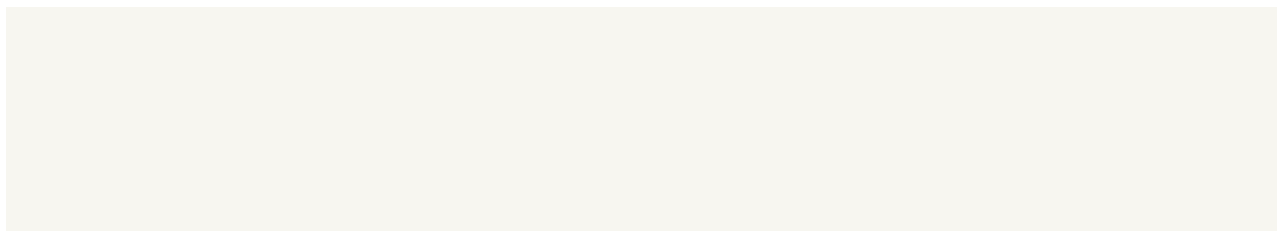
En denk ook eens verder dan de 'traditionele' netwerkbijeenkomsten. Er zijn zoveel leuke on- en offline events dat je altijd wel iets kan vinden dat bij je past. Wat zijn plaatsen waar jouw ideale klant vaak komt? Hoe kom je op een laagdrempelige manier in contact met andere ondernemers? En met ondernemers bedoel ik niet enkel potentiële klanten maar ondernemers in de breedste zin van het woord. Het voordeel aan ondernemers is vaak dat ze ook weer veel andere ondernemers kennen en jou dus kunnen aanbevelen bij iemand anders.

Onderstaand een aantal manieren om meer zichtbaar te worden bij andere ondernemers, of ondernemers te ontmoeten:

- Offline netwerkbijeenkomst of netwerkevent
- Online netwerkbijeenkomst
- Online mastermind
- Werving & selectiebureaus
- Co-workingspots
- Ondernemersnetwerken (bitesenbusiness.nl)
- Facebookgroepen ([businessbabes](#), [Ambitieuze meisjes](#))

OPDRACHT 3.2 NETWERKEN

Om je netwerk te vergroten zul je actief op zoek moeten naar manieren om dit doen. Welke manier van netwerken spreekt jou het meeste aan?

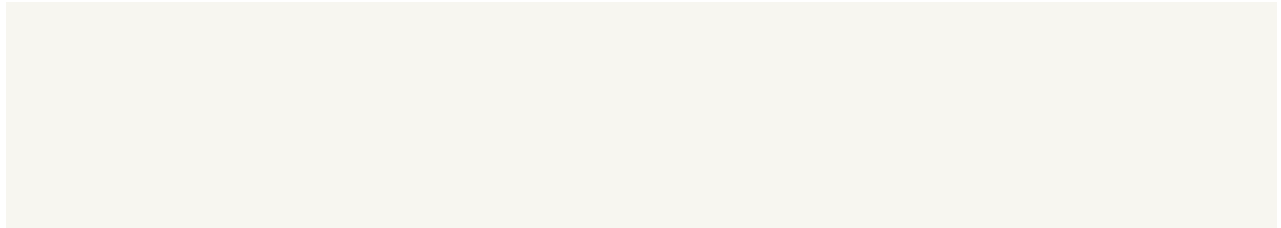


MODULE 6 | MOEITELOOS VERKOPEN

OPDRACHT 3.3 VERGROOT JE NETWERK

Zoek concreet naar minimaal 1 netwerkevent of netwerkactie in de komende 6 weken waar je actief aan deel kan nemen. Met actief bedoel ik dat je echt de ruimte hebt om jezelf voor te stellen of in gesprek te gaan met andere ondernemers

Ik ga deelnemen aan dit netwerkevent / dit wordt mijn netwerkactie

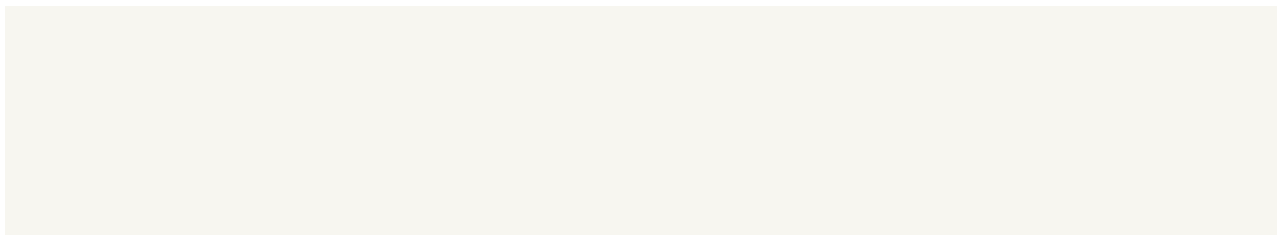


Een aantal tips om het meeste uit netwerken te halen:

- **Stel een doel:** Probeer voor jezelf een doel te stellen. Bijvoorbeeld dat je 5 contacten wil leggen. Of met minimaal 5 mensen een gesprek wil voeren. Het helpt je om niet een hele middag bij dezelfde persoon te blijven staan. Het is fijn om een afspraak met jezelf te hebben en je daar aan te houden.
- **Ga samen:** In het begin is het altijd even zoeken op een event wanneer je niemand kent. Dan is het fijn om iemand mee te nemen. Of digitaal af te spreken om daar iemand te ontmoeten.
- **Wie schrijft, die blijft:** Maak na het event een lijstje van wie je gesproken hebt en wat ze doen. Je vergeet dat soort dingen sneller dan je denkt. Link met diegene op LinkedIn en/of social media en stuur nog even een berichtje na.
- **Drink samen iets:** Waar je ook bent, of het nu een netwerkevent is of een werkplek met andere ondernemers, contact maken kan nooit kwaad. Bied iemand iets te drinken aan of stel voor samen te lunchen.

OPDRACHT 3.4 WAT PAST BIJ JOU?

Hierboven staan een aantal manieren om klanten te gaan benaderen. Ik zou adviseren zeker niet alles tegelijk te doen. Maar, hoe meer tijd en moeite jij neemt voor je salesactiviteiten, hoe eerder je dat iets op gaat leveren. Welke 3 manieren van sales spreken jou het meeste aan? Noteer direct in je agenda wanneer je met welke acties aan de slag gaat.



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

VAN JE EERSTE KLANT NAAR SNELLE GROEI BINNEN JE BEDRIJF (MIJN NUMMER 1 SALES TIP!)

Ik ben de eerste om toe te geven dat de eerste klant of klanten het lastigste kunnen zijn. Maar wanneer je eenmaal die eerste klanten hebt, wil je hier ook het maximale uit halen. Een belangrijke stap voor het groeien van je business. Het uitbouwen van je klantenkring. Wanneer een klant namelijk tevreden over je is, zal hij je het succes gunnen en je aan kunnen bevelen bij andere ondernemers. En daarbij, ondernemers kennen vaak andere ondernemers.

Maar hoe pak je dit aan?

Evaluatie:

Een perfect moment om dit te bespreken is tijdens een evaluatie.

Tijdens een evaluatie bespreek je met de klant:

- Welke werkzaamheden jullie gepland hadden om samen op te pakken
- Of jullie nu 'on track' zijn met deze werkzaamheden
- Welke werkzaamheden je nog MEER hebt opgepakt, dus los van de vraag waar jullie mee zijn begonnen. Op deze manier kun je goed terugblikken op waar de klant vandaan komt en kun je je meerwaarde laten zien. Je wil de klant er even subtiel aan herinneren dat je nu al onmisbaar bent ;-)

Dit gesprek is vervolgens het perfecte moment om aan te geven dat je nog ruimte hebt voor nieuwe cliënten en als ze iemand weten die op zoek is naar hulp bij de werkzaamheden die jij uit kan voeren of ze je dan kunnen aanbevelen.

MODULE 6 | MOEITELOOS VERKOPEN

Vraag om een review

Een review is een mooie manier om andere potentiële klanten te overtuigen van jouw kunnen.

Goede vragen om te stellen wanneer je klanten vraagt om een review:

- Wat was de voornaamste reden om met mij te gaan samenwerken? Voor welk probleem zocht je een oplossing?
- Wat waren je twijfels of bezwaren voordat we gingen samenwerken?
- Hoe heeft de samenwerking je geholpen? Wat bevalt / beviel je het beste?
- Zou je het samenwerken aan andere mensen aanraden en zo ja aan wie?

Vooral het antwoord op de laatste vraag kan andere ondernemers ervan overtuigen dat jij precies de persoon bent die ze nodig hebben. Plaats de reviews op een aparte pagina op je website, in de highlights van je IG account en op je linkedIn profiel.

Voorbeeld van een aantal waardevolle social proof reviews.

Ik kan werken met Roëlla echt iedereen aanbevelen. Ik was op zoek naar een topper die mij kon helpen met de administratie maar ook met systemen implementeren in mijn bedrijf. Roëlla is hartstikke goed in wat ze doet, maar ze denkt ook nog eens extra met je mee. Ze werkt nauwkeurig, on time, maar is daarbij ook nog eens een ontzettend lief en leuk mens. Voor mij heel belangrijk want met dat soort mensen wil ik samenwerken.

Roëlla werkt nog steeds voor me. Ze zorgt ervoor dat ik me bezig kan houden met de groei van mijn bedrijven, en dat ik me niet druk hoef te maken om de dingen waar ik niet goed in ben en die ik eigenlijk ook niet zo leuk vind om te doen. Daarbij herinnert ze me aan bepaalde zaken als ik het door mijn schema soms vergeet.

Nogmaals, ben je op zoek naar een PA / VA, met ontzettend veel kennis van zaken, dan kan ik Roëlla uit de grond van mijn hart, aanbevelen !

*Debbie
Eigenaresse Vibes*



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN



Ik kreeg het steeds drukker in mijn bedrijf en ik zocht iemand die mij kon verlichten in verschillende taken zodat ik me meer kon focussen op de dingen die IK leuk vind en waar ik veel beter in ben. Roëlla helpt me daar goed bij. Ze werkt heel gestructureerd, pakt dingen snel op en geeft ook goede tips ter verbetering van verschillende processen.

Omdat ik haar al een tijdje volgde op Instagram, had ik al het gevoel dat ik haar een beetje kende en voelde ik ook een match qua persoonlijkheid dus toen ik had besloten om een VA in te huren was zij direct de eerste die ik heb benaderd. Haar ondersteuning zorg ervoor dat ik meer rust in mijn hoofd heb, meer tijd overhoud en mijn klanten beter kan helpen.

Een absolute aanrader als je ook meer structuur en focus wilt in je bedrijf. Ook als je denkt dat je nog niet genoeg verdient voor een VA, JUIST door de focus en de tijd die je hierdoor overhoudt kan je sneller groeien

Erika Bodor

Visibility & business coach, www.erikabodor.com

Shoutout / vermelding

Wanneer een klant tevreden over je is, is het alleen maar heel fijn wanneer hij dit deelt met zijn netwerk. Een vermelding op Instagram of LinkedIn is superfijn en schroom dus ook niet deze shoutout weer te delen met je eigen netwerk. Bewaar dit soort online complimenten ook weer om ze op een later moment in te kunnen zetten voor je eigen marketing en sales.

Het toepassen van bovenstaande technieken kost je relatief weinig tijd en moeite maar kan wel het grote verschil maken tussen een paar klanten of een wachtlijst. Ik krijg wekelijks nog nieuwe aanvragen binnen voor samenwerkingen. Het resultaat van heel veel zaaien en dan nu in de fijne positie zijn om volop te kunnen oogsten. Een hele fijne positie die ik elke VA gun.

MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

In actie komen!

"Je hoeft niet geweldig te zijn om ergens aan te beginnen. Maar je moet wel ergens aan beginnen om geweldig te zijn." -Les Brown-

Doe de dingen die nodig zijn om je doelen te behalen. Oftewel, maak een concreet plan om met je sales bezig te zijn. Hoe ga je het aanpakken en welke stappen hiervoor nodig zijn om dit te bereiken.

OPDRACHT 3.5 DOELEN STELLEN

Met welke 3 sales doelen ga je komende periode aan de slag?

1.

2.

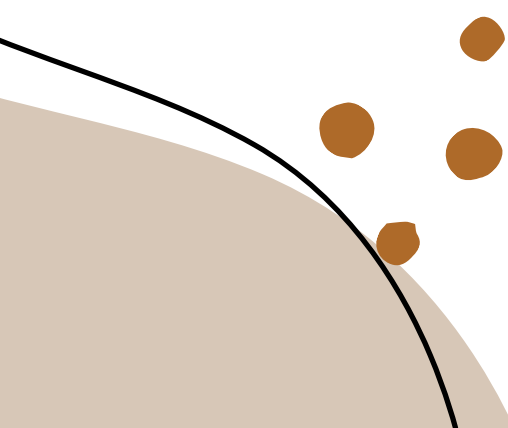
3.

OPDRACHT 3.6 DOELEN CONCREET MAKEN

Open de bijlage 'Doelen' en vul hier je concrete sales doelstellingen in. Probeer per actie in te schatten hoeveel tijd je er mee kwijt bent en noteer enkel die stappen die haalbaar zijn in een maand.

Voor het invullen van het document stel je jezelf vooraf de volgende vragen:

- Hoe ga je je doelen behalen?
- Welke tools heb ik hiervoor nodig?
- Welke verkoopacties zijn nodig?
- Welke aanpak ga ik hiervoor hanteren?



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

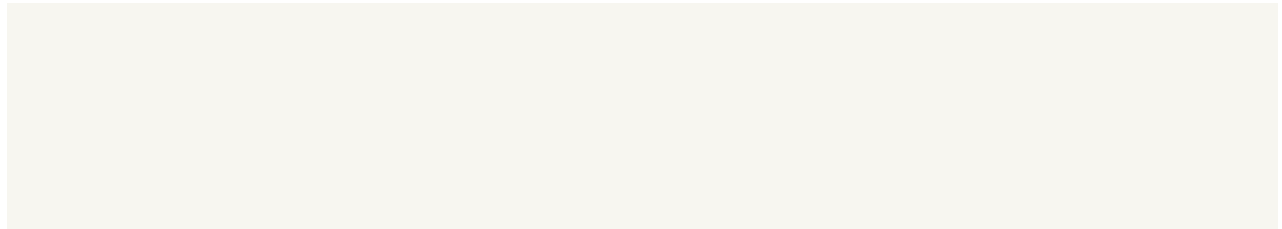
Acties

Het meest concrete deel van je verkoopplan: de acties. Wanneer je je strategie hebt uitgeschreven volgen hier logischerwijs acties uit.

Wanneer je je bijvoorbeeld richt op het laten groeien van je netwerk, welke concrete acties horen hier dan bij? Zorg dat je acties helder beschreven zijn, niet te groot zijn en meetbaar. Zodra je je actielijst ziet moet je direct in de uitvoering kunnen gaan zonder eerst nog te moeten bedenken hoe je dit ook alweer voor je ziet. Gebruik actieve werkwoorden om je acties te formuleren.

OPDRACHT 3.7 KOM IN ACTIE

Hoeveel uur per maand is realistisch om bezig te zijn met sales activiteiten?



Meet en herhaal

Zorg ervoor dat je kunt meten wat wel/niet werkt. Zo voorkom je dat je energie/tijd/geld steekt in zaken die niet voor je werken.

OPDRACHT 3.8 DOELEN FORMULEREN EN METEN

Open de bijlage 'Doelen' in de online academie. Eind van elke maand kun je hier je doelstellingen opvolgen. Per kwartaal kun je je bevindingen naast elkaar houden om zo inzichtelijk te maken wat wel en niet werkt.



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

SALESGESPREKKEN VOEREN

Yes, je kan met je potentiële klant om (de digitale) tafel. Maar hoe voer je nou een goed salesgesprek? En hoe zorg je ervoor dat je klant ook nog ja gaat zeggen tegen jouw aanbod?

De term salesgesprek kun je ook prima vervangen door kennismakingsgesprek. Want buiten het feit dat jij graag wil dat ze met jou in zee gaan, werkt het natuurlijk ook de andere kant op. Jij moet ook enthousiast worden van je potentiële klant en samenwerking.

‘Mensen doen alleen zaken met mensen die ze kennen, aardig vinden en vertrouwen’

Niet meer en niet minder. Bovenstaande is een belangrijk aspect tijdens het gesprek. In de vorige module hebben we het al gehad over de KNOW-LIKE-TRUST formule maar die is tijdens deze gesprekken minstens zo belangrijk.

Een aantal tips voor het voeren van een goed kennismakingsgesprek:

- **Voorbereiding:** zorg dat je weet wie je voor je hebt en dat je oprechte interesse toont in de mens en de organisatie.
- **Take the lead:** het is geen sollicitatiegesprek. Jij bent de professional die ze straks gaat ontzorgen. Zorg dat je direct een goede indruk achterlaat. Start met wat je wil bespreken en geef direct richting en structuur aan het gesprek. Blijf ook weg van twijfelwoorden als ‘eventueel’ en ‘misschien’. Wees zeker van jezelf en je aanbod.
- **Houding:** zit rechtop, kijk de persoon tegenover je aan en heb een actieve houding. En vergeet niet te lachen!
- **Stel open vragen en luister goed:** Verplaats je in de ander. Dit is makkelijker dan de ander te overtuigen van jouw ideeën. Belangrijk ook om de klant zoveel mogelijk aan het woord te laten.
- **Stel toekomstgerichte vragen:** Welke aspecten binnen de organisatie hebben nu je prioriteit? Waar ligt de meeste winst?
- **Vraag naar pijnen:** waar ligt de klant wakker van? Welke dingen wil hij anders zien? Welke dingen wil hij opgelost hebben?

MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

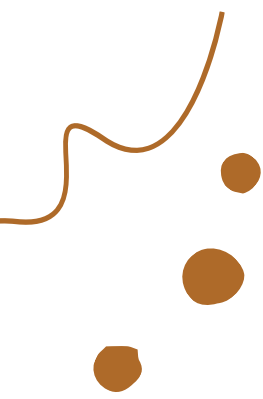
- **Verwachtingen achterhalen:** Wat verwacht de klant van jou? Hoe zou de perfecte samenwerking er uit zien? Waarom is dit zo belangrijk? Stel open vragen, herhaal wat er gezegd wordt en vraag hierop door: wie/waarom/hoe/wat/waar? Noteer deze antwoorden.
- **Vertel concreet waar jij heel goed in bent:** In deze fase kun je je expertstatus laten zien. Tip: hou het kort. Je hoeft de klant niet te overtuigen maar vooral enthousiast maken om met jou te werken.
- **Call to action:** Maak een concrete afspraak over je vervolgacties. 'Ik stuur je vandaag nog een mail met een samenvatting van het gesprek en bel je volgende week dinsdag om 10 uur om dit te bespreken.' Blijf weg van vage afspraken en dingen die in het midden hangen. Maak het concreet en zorg dat je altijd een volgend contactmoment hebt.
- **Doe wat je zegt:** Vooral in deze fase is het super belangrijk om je aan je afspraken te houden. Stuur die mail, bel na op de afgesproken tijden. Ga hier niet laks mee om. Vertrouwen in je goud.

OPDRACHT 4.1 SALESGESPREK CHECKLIST

Omdat iedereen sales op zijn eigen unieke manier doet, is het ook fijn om hier je eigen woorden aan te geven. Open de bijlage 'checklist salesgesprek' in de online academie en beantwoord de vragen. Op de daaropvolgende pagina vind je een overzicht met alle elementen die handig zijn tijdens een salesgesprek. Zo heb je een fijne checklist voor tijdens het gesprek.

OPDRACHT 4.2 JOUW EIGEN SALESGESPREK

Voordat je met je potentiële opdrachtgever aan de slag gaat, kan het fijn zijn een of meerdere sales gesprekken gevoerd te hebben. Kijk of je binnen je eigen netwerk iemand kan vinden die ergens tegenaan loopt, waar jij hem/ haar mee zou kunnen helpen. Pak bijvoorbeeld iemand met een volle agenda, met een trage of geen website. Nodig deze persoon (of personen) uit voor een interview of brainstormsessie. Waar lopen ze tegenaan, wat zoeken ze, wat zou ze over de streep trekken. Zonder de 'druk' van een salesgesprek kun je echt te weten komen wat voor mensen belangrijk is. Kijk of je aan de hand van de 'checklist salesgesprek' kan achterhalen waar iemand tegenaan loopt en wat de UBR's zijn.



MODULE 6 | MOEITeloos VERKOPEN

LEADLIJST

Je gaat verschillende mensen spreken via diverse kanalen. Met de een heb je een gesprek via Linked in, de ander kom je tegen op een netwerkevent en weer met een ander heb je een kennismakingsgesprek. Fijn om een plek te hebben om al deze informatie bij te houden.

Ook de gesprekken waar geen samenwerking uit voortkomt zijn handig om hier te vermelden. Een nee voor nu, kan wellicht een ja in de toekomst betekenen. Blijf in contact met de mensen waar jij echt van aan gaat.

VOORBEELD LEADLIJST

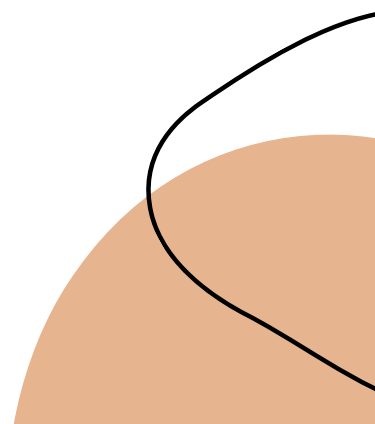
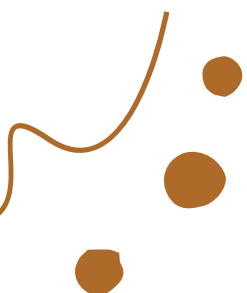
AFTERSALES

Volg je gesprek altijd op en doe wat je hebt beloofd. Dus stuur die offerte, die algemene voorwaarden en de tarieven. Zorg dat je echt tijd steekt in een passend voorstel en pas je 'tone of voice' aan, aan de specifieke klant. Ben duidelijk maar overspoel mensen niet met informatie.

Toch een nee? Jammer, maar zorg ook dat je dan in gesprek blijft met je potentiële klant. Nu een 'nee' is wellicht een ja in de toekomst. Mensen kunnen het echt waarderen als je na een paar maanden nog eens een berichtje stuurt met: "Hoe gaat het met je en met project...? Verloopt alles naar tevredenheid met de VA die je gekozen hebt?"

Aftersales is minimaal zo belangrijk en hierin kun je echt het verschil maken!

En remember: een klant is pas een klant wanneer de eerste factuur betaald is. Blijf tot die tijd scherp op het gehele proces. Ook dit is een belangrijk onderdeel van je sales.



The background features a light beige color with several overlapping circles in shades of tan and brown. In the bottom left, there are four small brown dots arranged in a cluster. In the bottom right, there is a large, stylized beige quotation mark.

Zichtbaar zijn, je branding, netwerken of een opdracht vinden via een platform. Er zijn meerdere manieren om klanten te vinden. Maar daarvoor zul je in actie moeten komen, kansen moeten zien en je onderscheiden van de rest

Met je salesplan heb je een concrete houvast om je sales een boost te geven. Daarnaast weet je hoe je een salesgesprek kunt voeren zodat je moeiteloos klanten binnen kunt halen.