

VIJF TE VERMIJDEN FOUTEN BIJ SALES ONDERHANDELINGEN

U bent in onderhandeling om die ene grote eindejaars deal te sluiten. Met die verkoop op zak, heeft u uw jaarlijkse verkoopdoelstelling ruim overschreden, en uw bonus zal verdubbelen. Dan komt het slechte nieuws. De klant eist een grote toegift die uw winstgevendheid zal naar beneden halen en uiteindelijk een slechte start zal opleveren. U dacht dat u het bezwaar vroeg in de onderhandelingen had overwonnen en van tafel had geveegd. Wat ging er mis?

Peter Hiddema, oprichter en CEO van Common Outlook Consulting Inc en Visiting Professor in Decision Sciences bij INSEAD, vermeldt de top vijf sales onderhandelingsfouten en geeft advies over wat eraan te doen.

1. Verkopen in plaats van aan een behoefte tegemoet te komen

Alle producten en diensten, ongeacht de industrie of sector, zijn gemaakt om te voldoen aan een behoefte of wens. Identificeer die behoefte bij de klant alvorens een onderhandeling aan te gaan. U heeft misschien het meest indrukwekkende product op de planeet. Maar als het niet voldoet aan de behoeften van de prospect, dan wordt de klant er niet 'warm' van.

Hoe dit vermijden – Ontdek de behoeften van de klant door het stellen van de juiste vragen en zet van daaruit uw beste beentje voor. Als u vindt dat u de behoefte niet kan invullen, ga dan verder. Een mismatch zal voor u en uw klant enkel een verlies van tijd en energie zijn.

2. Handelen op niet getoetste veronderstellingen

Uw aanpak om te verkopen is soms ook gebaseerd op hetgeen u veronderstelt wat uw prospect motiveert. Dit zijn de bekende aannames. Maar deze aanname kan onterecht zijn, tenzij deze getoetst wordt. Wanneer u aannames maakt over de motivatie van uw prospect, is de kans groot dat de verkoop niet doorgaat.

Hoe dit vermijden – De eenvoudige oplossing is om simpelweg een beetje nieuwsgierig te worden, oefen nederigheid en stel vragen in plaats van te veronderstellen. Alhoewel het eenvoudig is, is het niet gemakkelijk om te oefenen. Het betekent dat u elke veronderstelling moet nagaan die u maakt over waarom een prospect wel of niet reageert op uw signalen tijdens het verkoopproces.

3. Onvoldoende luisteren en vragen stellen

Verkopers zijn meestal extrovert en dat kan soms een uitdaging zijn. De typische verkoper houdt van praten en het probleem daarbij is dat als u praat, u niet luistert. Onvoldoende luisteren en onvoldoende vragen stellen is vaak erger dan handelen op niet getoetste aannames. Het is moeilijk verkopen als u niet weet waarom iemand wil kopen!!

Hoe dit vermijden - Het beste wat u kan doen is – vragen stellen. Korte open vragen zoals "... wat kunt u mij daarover vertellen?" of "Wat is uw bezorgdheid?" zijn een grote hulp. Het enige wat u daarna hoeft te doen is zwijgen en luisteren. Wees geïnteresseerd en stel verdiepingsvragen. Focus op het begrijpen en samenvatten wat u denkt dat u hebt gehoord. Eens u daardoor bent, zal u zoveel over de klant weten dat u voldoende informatie hebt om meerdere jaren zaken te doen.

4. Ingaan op de positie van de prospect in plaats van op de onderliggende interesse

Hiddema beoordeelt dit als de kern van bijna elke onderhandelings- of verkoopfout. Een "positie" is een vraag of eis die gesteld wordt. Het is wat iemand zegt dat ze willen. Een klant kan bijvoorbeeld 15% korting vragen. Dat is de klant zijn positie.

Anderzijds is een "interesse", de onderliggende reden achter de vraag of eis. In ons voorbeeld, als verkoper zijnde, zouden we automatisch veronderstellen dat de klant korting vraagt omdat ons product of dienst als te duur wordt gezien.

Het zou best kunnen dat we deels of volledig de korting nog verhogen. Of we zouden de verkoop misschien opgeven.

Hoe dit vermijden – Opnieuw is de oplossing de juiste vragen stellen en aandachtig te luisteren. Terug naar ons voorbeeld; wanneer we hadden doorgevraagd aan de klant, hadden we kunnen ontdekken dat de klant ons product helemaal niet te duur vond of verkeerd geprijsd. De reden waarom ze korting

vroegen, is omdat ze een beperkt budget voor dit kwartaal hebben maar dat ze nog steeds de gehele hoeveelheid willen kopen omdat ze een behoefte eraan hebben.

Zodra de echte reden achterhaald wordt, kunnen we denken in oplossingen. Een mogelijke oplossing is het geheel aan de klant nu te verkopen tegen de volledige prijs, maar de betaling spreiden over de volgende 2 kwartalen.

Als we niet de onderliggende interesse achter de positie hadden ontdekt, zouden we ofwel de deal verloren hebben of een aanzienlijke marge op de verkoop.

5. Onderhandelen tegen uzelf met eenzijdige toegiften

Zaken doen, of het leven wat dat betreft, is altijd een tweerichtingsstraat. Voor relaties om duurzaam te zijn, moet er wederkerigheid zijn. Om te krijgen moet u geven. In hun gretigheid om de deal binnen te halen, bieden verkopers vaak tegemoetkomingen of toegiften ook al werd daar niet naar gevraagd. Als de prospect niet reageert, worden nog meer toegiften gedaan in de hoop dat uiteindelijk de prospect zal toehappen en het aanbod aanvaarden.

Hoe dit vermijden – Er is een tijd en moment om toegiften te doen, mits u iets in de plaats krijgt. Bijvoorbeeld kunt u een voorlopige verbintenis zoeken. “Als ik u tegemoet kan komen, kunnen we de deal dan afronden?” of “Als ik dit voor u kan regelen, kunnen we dan een contract van 2 jaar afsluiten in plaats van een contract van 1 jaar?”. De moraal is eenvoudigweg dit: Als uw prospect geen interesse heeft in het een win/win situatie maken voor allebei, is het dan de moeite waard om zaken te doen?

De volgende keer dat uw verkoop in de onderhandelingsfase vast zit, ga dan eens door deze checklist. Het kan u helpen om de deal en/of uw marge te redden!