

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

Alle succesvolle ondernemers en zakenmensen zijn terecht gericht op verkopen en omzet genereren. Het spreekwoordelijke dag en nacht denken aan verkopen en het genereren van omzet is een veelgehoorde ‘tip’ die gegeven wordt aan bedrijfsleiders en verkoop professionals.



Maar wat is nu eigenlijk “Sales” of “Verkoop” vanuit de Sales professional gezien en waar zit dan de kern van succes en misschien nog wel belangrijker, hoe kunnen wij de Sales prestatie meetbaar positief beïnvloeden? Is Salesprestatieverbetering inderdaad ‘Magie’? Magie vindt vaak plaats buiten de comfortzone. Geldt dat ook bij de verbetering van salesprestaties?

De laatste tijd wordt er veel gepraat en geschreven over de achteruitgang in Sales en worden Sales professionals persoonlijk nogal eens toegeschreven minder professionele en soms luie mensen te zijn. Dit laatste is natuurlijk niet waar en zou vergelijkbaar kunnen zijn wanneer wij auto’s ‘slecht’ zouden noemen, omdat sommige mensen niet op hun bestemming aankomen.

Naar onze bescheiden mening is de status quo, of zoals door sommigen aangegeven ‘de achteruitgang’ in Sales effectiviteit niet simpelweg de oorzaak van ‘slechte Sales professionals’, maar is er zoals bijna altijd een genuanceerder antwoord beter op zijn plaats. Het gaat zeker niet altijd om ‘slechte’ sales professionals, wellicht wel minder effectieve.

Een gezonde bedrijfsvoering is terecht gericht op het creëren van producten/diensten die door de klant in zijn bedrijfsvoering als waarde toevoegend worden ervaren. Het verbeteren van die ‘omzetting’ van waarde toevoeging in Sales, wordt vaak als “Sales effectiviteit’ aangeduid.

Voor het ondersteunen van een gezonde en meetbare commerciële groei op een door iedereen in de onderneming te begrijpen manier, zijn er twee fundamentele en complementaire vereisten:

- 1) **Organisatie** - Essentiële Sales structuur door duidelijke Sales planning en proces, met een gestructureerd en begrijpelijk strategisch accountmanagement. En dit zoveel als mogelijk gepaard met standaardisatie waardoor continuïteit gewaarborgd kan worden.
- 2) **Individu** - Individuele ‘capaciteiten’ van de Sales professional

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

Om het geheel verder in context te plaatsen, laten wij allereerst onze definitie van Sales met u delen, zoals wij het zien vanuit de individuele Sales professional. Voor de Sales professional is Sales de totaliteit aan energie die zijn oorsprong heeft en vrijkomt wanneer de Sales professional doelbewust en gezamenlijk met een (prospectieve) klant, in een afgebakende creatieve Sales context, naar oplossingen zoekt.

Zo wordt Sales zeker niet altijd door iedereen gezien – Sales heeft nog altijd voor velen een (erg) negatieve connotatie. Terecht of onrecht. In feite, Sales mag wel gezien worden als een van de weinige beroepen, waarbij persoonlijke “afwijzing” en “falen” regelmatig terugkeren en door de Sales professional geaccepteerd en als motiverend moeten worden ervaren. De Sales professional moet als het ware meer dan andere vakgroepen ‘tegen een stootje kunnen’.

Echter, afwijzing en falen, vanuit een persoonlijk perspectief, zijn zelfs voor de beste Sales professional geen dagelijks wenselijke en makkelijk te accepteren situaties. Ook al ontmoeten wij regelmatig Sales professionals, Sales leiders en Ondernemers die zeggen dat ze er geen probleem mee hebben om persoonlijk afgewezen te worden en om regelmatig te falen - Vanuit onze persoonlijke en uitgebreide executive ervaring kunnen wij wel stellen dat niemand echt werkelijk ervan houdt om te falen en persoonlijk afgewezen te worden. Deze situaties zijn namelijk onnatuurlijk voor mensen en daardoor niet zonder menselijk biologische consequenties.

Mensen zijn mensen en vanuit een Sales effectiviteit perspectief is het voor ons belangrijk om dit als centraal thema mee te nemen in alle verdere overwegingen en acties.

Wanneer men bijvoorbeeld aan een Sales professional zou vragen of hij/zij graag zou willen ‘falen’ lijkt dit op wanneer men zou vragen of hij/zij graag zou willen veranderen en/of graag zou willen leven. De meeste Sales professionals willen niet naïef overkomen en zullen zeker antwoorden dat zij graag falen, dat zij graag veranderen en dat zij natuurlijk graag willen leven. Echter, menselijk gedrag biologie voorziet ons van andere informatie – mensen vermijden persoonlijke afwijzing en falen ‘ten koste van alles’.

Recent nog vertelde een Directeur van een middelgrote Nederlandse constructie onderneming ons de volgende anekdote: “Op donderdag was een belangrijke zakelijke bespreking gepland met een prospectieve klant. Deze transactie was erg belangrijk voor de onderneming en daarom had ik voor alle mogelijke ondersteuning van Jan (de Sales professional) die deze transactie leidde gezorgd. Ik was zelf ook nog persoonlijk op woensdag naar kantoor gegaan en heb toen met Jan het gesprek en de transactie details doorgepraat.

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

Alles leek op een goede gesprekplanning en ik was er dan ook eigenlijk van overtuigd, dat dit een goede Sales bespreking zou gaan worden – met een positief resultaat voor ons allemaal. Op vrijdag (de dag na het geplande gesprek) had ik niets gehoord en ook maandagochtend had ik nog steeds geen update. Ik heb toen besloten weer naar het kantoor te gaan en Jan persoonlijk te bezoeken om te horen hoe de bespreking was verlopen? Tot mijn stomme verbazing vertelde Jan mij dat hij de bespreking had geannuleerd. Toen ik vroeg waarom zei hij: Oh, er waren ineens zoveel andere zaken, dat ik het beter achtte om niet te gaan.” Noot: Het annuleren van deze bespreking leidde uiteindelijk tot het verliezen van de order en van deze (grote) klant.



Wij zouden graag willen terugkomen op de ‘individuele capaciteiten’ van de Sales professional – zoals genoemd, een van de twee (2) pilaren van een gezonde en meetbare commerciële groei. Wat is de origine van deze ‘individuele capaciteit’ van de Sales professional en kan deze (gemakkelijk) worden beïnvloed?

Er wordt weleens gezegd “Gedachten worden dingen” – Van het bereiken of overtreffen van doelstellingen kunnen we hiervan allemaal wel persoonlijke voorbeelden geven. Ook weten we uit eigen ervaring wel dat zonder gerichte actie, een Sales ‘wens’ en een ‘intentie’ om succesvol te zijn niet voldoende zijn. Alles en zo ook Sales effectiviteit begint met een plan. Echter, veel Sales professionals hebben simpelweg geen plan! En zelfs wanneer zij een plan hebben kunnen zij donder dat zij dit willen hier (toch) nog van afwijken. Het verhaal van Jan is hier een mooi voorbeeld van.

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

Wij horen het soort anekdotes zoals hierboven door de Directeur genoemd en het bijbehorende vermijdingsgedrag bijzonder vaak – Een Sales professional weet wat hij/zij moet doen. Er moet echt iets veranderen – Ik moet het veranderen – Ik kan het veranderen - Waarom doet hij/zij het dan toch niet? Waarom slagen Sales professionals er meestal niet in om de noodzakelijke prestatieveranderingen te maken?



Een van de grootste redenen hiervoor is dat ze het overlaten aan de ‘persoonlijke wil’ – Niet alleen is persoonlijke wil enorm onregelmatig, op bepaalde momenten is het volledig afwezig. Laten we hiervoor kort op de ‘biologie’ van het Sales gesprek ingaan.

Het menselijk brein heeft vele functies, waaronder ook het continu meten van waargenomen veiligheid. Verkoopsituaties worden door de meeste Sales professionals niet als ‘veilig’ waargenomen en als zodanig ‘gecategoriseerd’. Keuzes die ogenschijnlijk ‘bewust’ worden gemaakt, zijn eigenlijk automatismen die de Sales professional terugbrengen naar wat gemakkelijk, comfortabel en bovenal ‘veilig’ aanvoelt.

De individuele “overtuigingen” van de betreffende Sales professional ondersteunen niet het vrijelijk en onmiskkenbaar falen en afgewezen worden door anderen – Dit voelt eenvoudigweg niet goed en zal daarom niet als ‘doelstelling’ worden geaccepteerd. Het brein heeft voor dit soort negatieve ervaringen een systeem ontwikkeld – een negatieve inprenting cyclus. Gecontroleerd door bepaalde gedeeltes in de hersenen worden verkoopsituatie gerelateerde ervaringen permanent en oneindig opgeslagen in deze negatieve inprenting cyclus.

Ook al zijn er talloze trainingen beschikbaar voor Sales professionals om hen te leren om te gaan met verkoopsituaties en met de bijvoorbeeld eerdergenoemde Sales situatie – Het probleem met deze benaderingen is dat het rationeel trainen van Sales professionals in niet rationele mens-mens situaties niet of onvoldoende werkt. Dit zou simpelweg niet ‘menselijk’ zijn.

In ons werk horen wij vaak dat de keuze van woorden, presentatie en technische structuur van het Sales gesprek bewust en gecalculeerd is. Tot op zekere hoogte kan dit waar zijn. In de meeste gevallen echter spreken we over een ‘bewust-onbewust’ verkoopgesprek. Een gesprek waarvan de Sales professional denkt dat hij/zij ‘denkt en doet’, maar waar in werkelijkheid alles gestuurd wordt door gevoelens/emoties die gebaseerd zijn op beperkende en prestatie belemmerende overtuigingen – gedachten in ‘actie’ dus. Deze beperkingen zijn zeer krachtig en bepalen uiteindelijk het gedrag van de Sales professional.

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

De bepaalde ‘actie’ die gewenst is in de planning, voorbereiding en het uiteindelijke verkoopgesprek zijn eigenlijk een opeenstapeling van overtuigingen van de Sales professional. Iemand kan dus van (zeer) goede wil zijn, maar toch uiteindelijk niet ‘doen’.

Overtuigingen zijn meestal beperkend en negatief – Het zijn diepgewortelde paradigma’s in het onderbewuste deel van onze hersenen.

De Sales professional ervaart de wereld op een bepaalde manier omdat hij/zij op een bepaalde manier situaties ‘filtert’ – zijn/haar beperkende overtuigingen zijn de filters, een ‘zonnebril’ als het ware die bepalen hoe dingen waargenomen worden. De Sales professional ziet als het ware zijn/haar eigen overtuiging(en) manifesteren.

Overtuigingen zijn erg sterk en niet ‘simpelweg’ te veranderen door bijvoorbeeld ergens een boek over te gaan lezen. In de executive coaching praktijk komen helaas geen mensen zonder beperkende overtuigingen – Overtuigingen die in grote mate zijn/haar prestatie gedrag beïnvloeden. Vaak wordt er onterecht gedacht dat ervaren Sales professionals deze beperkende overtuigingen niet hebben, maar dit is (helaas) niet aan hiërarchische positie gebonden en komt dus voor op alle niveaus in de Sales organisatie.

Het omgaan met ongewenst verkoopgedrag tijdens Sales gesprekken is een van de meest uitdagende en tegelijkertijd een van de meest bepalende succesfactoren voor de Sales professional.

Het is mede hierdoor dat het verbeteren van de individuele capaciteiten van de Sales professional ook gericht moet zijn op het verwijderen van deze prestatie belemmerende overtuigingen en niet op het ‘leren omgaan’ met deze overtuigingen.

Zoals eerdergenoemd is Sales een energetisch proces tussen mensen – De Sales professional is een individu en om succesvol verbetering in de individuele capaciteiten, de Sales effectiviteit te verkrijgen, zullen we hier dan ook mee moeten beginnen.

Effectief omgaan met verkoopgedrag kan alleen wanneer er naast bewustwording ook wordt gekozen voor een doeltreffende manier om de oorzaken van het ongewenste gedrag weg te nemen.



Om effectieve Sales effectiviteit verandering te kunnen ondersteunen heeft Johan op basis van zijn uitgebreide executive ervaring, menselijk gedrag biologie, neurowetenschap en integratie van diverse vormen van psychologie, “True Change™ Executive Coaching” ontwikkeld.

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

Als onderdeel van deze Coaching gebruikt hij ook een “Sales Evaluatie” – een individuele Sales professional test/scan die op een eenvoudige en doeltreffende manier Sales prestatie belemmeringen in kaart brengt.

Dit alles in de vorm van dit type Coaching vormt de noodzakelijke aanvulling op de individuele capaciteiten van de Sales professional. Het andere essentiële onderdeel, de tweede fundamentele pilaar van het ondersteunen van een gezonde en meetbare commerciële groei in de onderneming.

Door deze individuele ondersteuning kan men duurzaam, effectief en meetbaar de individuele capaciteit van de Sales professional vergroten, succesvol on-boarding van junior Sales professionals vergroten en de kans op Sales burn-out sterk verkleinen.

Top-Coach True Change™ Executive Coaching volgt (net als het Groeien & Bloeien Model van NOBO | No Boundaries) een logisch vijf (5) stappenplan en is specifiek gericht op het achterhalen en verwijderen van individuele Sales capaciteit prestatie barrières. In het kort ziet het True Change™ stappenplan er als volgt uit:

1. Bewustwording van de grootste prestatie verbetering drogredenen – rationaliseren van emoties en richten op ongewenst gedrag om dit te verbeteren (beiden werken 100% niet)
2. Bewustwording van de belangrijkste succesfactor die de uitkomst van Sales prestaties bepaald – Eigen overtuigingen en de daaruit voortvloeiende acties
3. Creëren van zelfbewustzijn
4. Vinden van voldoende persoonlijke draagkracht voor het maken van impactvolle persoonlijke veranderingen
5. Persoonlijke veranderingen maken die duurzame Sales prestatie verbetering opleveren – Als ondersteuning worden elegante en geavanceerde technieken gebruikt die meetbaar duurzame resultaten geven.

Daarom is Salesprestatieverbetering dus geen ‘Magie’ – Wanneer we ons richten op de onderliggende en individuele oorzaken van prestatie belemmeringen bij Sales professionals is het dus wel degelijk mogelijk om duurzaam en meetbare prestatieverbeteringen te verkrijgen.

Is prestatieverbetering in Sales ‘Magie’?

Het is dus niet noodzakelijk om te proberen of een Sales professional door het leren omgaan met verkoopsituaties uiteindelijk succesvol kan worden.

De Sales professional mist vaak ook het uithoudingsvermogen voor deze ‘leer en proefopstelling’ en de groei-ondernemer zal het zich praktisch en economisch niet kunnen permitteren om op een dergelijk proefondervindelijke manier klanten relaties op te bouwen.

Kortom, natuurlijk is het aanpakken van Sales Effectiviteit op bedrijfsniveau van wezenlijk belang. Het standaardiseren en structureren van alle commerciële processen binnen een organisatie is erg belangrijk. Echter, er zal ook naar de Sales professional, individueel gekeken moeten worden.

Kan de Sales Effectiviteit bij uw onderneming ook beter? Neem dan contact met ons op:

Sales Effectiviteit van uw organisatie in vijf (5) stappen: Sandor Willems, NOBO | No Boundaries. 06-40566001 / info@nobo-online.nl

Sales Effectiviteit van uw Sales professionals in vijf (5) stappen: Johan Reinhoudt, Top-Coach | True Change™ Executive Coaching. 030-200 6761 / info@top-coach.nu

Foto Credits: [Bing](#)