

AFSLUITTECHNIEKEN

Velen hebben moeilijkheden met het afsluiten van het gesprek. Vaak wordt de laatste fase uitgesteld, bang het onaangename 'nee' te horen. Het gevaar is niet denkbeeldig dat er door de koopbeslissing heen wordt gepraat. Het is daarom belangrijk dat je goed let op 'koopsignalen'. Met name het non-verbale gedrag is hier van groot belang.

Afsluittechnieken hanteer je na het opmerken van koopsignalen; opmerkingen die de klant maakt waarmee hij vaak onopgemerkt belangstelling toont:

Voorbeelden van koopsignalen:

- Wanneer kunnen jullie leveren?
- Als jullie een opdracht uitvoeren, maak je dan eerst proeven?
- Werken jullie met all-in tarieven?

De klant zal nadat hij koopsignalen heeft laten horen, of in de oplossingsfase van het gesprek, tot actie moeten worden gebracht. Om de klant tot actie te bewegen kun je gebruik maken van afsluittechnieken. Vooral de vraagtechnieken kunnen hier nuttige diensten bewijzen. De belangrijkste afsluittechnieken zijn:

DE ANTICIPATIEMETHODE

Een van de technieken is om over diverse details te gaan spreken alsof de klant al besloten heeft tot het kopen van het product. Daarbij kun je denken aan zaken als de leverdatum, de te gebruiken materialen en dergelijke. De klant wordt zo vertrouwd met zijn 'koopbeslissing' dat hij zich er praktisch niet los van kan denken.



THE LEADERSHIP CORP

DE PROVOCATIETECHNIEK

Een andere techniek is om de klant niet geleidelijk aan zijn koopbeslissing te laten wennen, maar hem voor een voldongen feit te plaatsen.

Bijvoorbeeld: 'Als wij de deadline niet halen kan het project niet op tijd gerealiseerd worden.'

DE SAMENVATTECHNIEK

Dit betreft het samenvatten van het gesprek, vooral voor twijfelaars.

Bijvoorbeeld: 'Laten wij het een en ander nog eens doornemen.' Of:

'Laten we de belangrijkste voordelen voor u nog eens onder elkaar zetten.'

Noem daarbij vooral dat wat de (potentiële) klant belangrijk vindt.

DE VERBORGEN AFSLUITVRAAG

Reeds aan het begin van het gesprek kun je een verborgen afsluitvraag stellen.

Dit is een vraag die je eigenlijk pas verwacht aan het einde van het gesprek.

Maar je test ermee of de klant werkelijk een echte behoefte heeft.

Bijvoorbeeld: 'Hoe lang gaat het project duren?' of 'Wanneer start het?'

Als je op deze vragen een positief of gericht antwoord krijgt, dan weet je in ieder geval dat de klant een actuele koopbehoefte heeft.

DE OPDRACHT ALS VANZELFSPREKEND GESPREKSRESULTAAT BESCHOUWEN

Een andere techniek is de order als vanzelfsprekend gespreksresultaat beschouwen. Dat is niet zo vreemd, jullie zijn immers een uitstekend bedrijf dat perfecte oplossingen levert.



THE LEADERSHIP CORP

VOORDELEN VAN ONMIDDELLIJKE BESLISSING BENADRUKKEN

De voordelen van een onmiddellijke beslissing beklemtonen. Als de klant nu beslist kan jij morgen aan de slag en des te eerder heeft de klant wat hij wil.

TWEEDE POGING

Zorg ervoor dat je bij uitstellen van de klant altijd een tweede poging waagt!