



Aan de slag met telefonische acquisitie

The basics, ga direct van start

Je wilt dus van start met telefonische acquisitie om jouw business verder te laten groeien. In dit artikel beschrijf ik hoe je snel en gemakkelijk van start kunt in 5 eenvoudige stappen.

Ik hoor ondernemers vaak zeggen, 'telefonische acquisitie' daar houd ik niet van en ga ik niet mee aan de slag. Een gemiste kans, juist met de groei van andere kanalen zoals social media, zijn veel bedrijven gestopt met het telefonisch benaderen van potentiële klanten. Kortom je zal juist nu eerder opvallen en resultaat boeken. Belangrijk is wel dat je een paar simpele spelregels hanteert, in dit artikel leg ik je de basics uit.

" Er is veel informatie op internet te vinden over telefonische acquisitie, ik mis alleen een quickstart voor diegene die snel aan de slag willen. "

Stap 1. Voorbereiding

Een goede voorbereiding is het halve werk, dat gaat hier ook op. Bedenk eerst wat je met het gesprek wilt bereiken en welke doelgroep je wilt benaderen.

Je moet inzien dat mensen nooit producten of diensten kopen, maar altijd oplossingen voor hun 'problemen'. Als je alleen maar voordelen van je product of dienst benadrukt, dan sla je een stap over. Denk dus na waarom jouw product of dienst interessant is voor je gesprekspartner en benadruk dit in je gesprek. Schrijf de belangrijkste voordelen op, zodat je ze paraat hebt.

Je zal verder te maken krijgen met weerstand en tegenwerpingen. Dit kunnen algemene tegenwerpingen zijn of meer specifieke die betrekking hebben op jouw product of dienst. Bereid je hier in ieder geval op voor zodat je een antwoord/reactie klaar hebt.

Reserveer elke week een X aantal uren voor je acquisitie en houd je aan deze planning. Zorg dat acquisitie elke week weer hoog op je 'prioriteitenlijstje' staat.

Stap 2. Adressen verzamelen

Je hebt nu inzicht in je doelgroep en kunt aan de slag met het adressenbestand. Het selecteren van adressen is een belangrijk onderdeel van de acquisitie; ik zeg altijd 50% van je succes hangt af van je doelgroepenselectie. Heb je geen adressen? Koop ze, het bespaart je een hoop tijd.



Er zijn diverse partijen in de markt waar je adressen kunt aankopen (bv. kvk.nl). Hanteer bij de doelgroepselectie criteria zoals tot welke branche behoort mijn doelgroep, wat is ongeveer het aantal medewerkers dat werkzaam is bij mijn doelgroep, waar zijn ze gevestigd en selecteer hierop. Vul adressen zo nodig aan met extra informatie, bezoek hun website en vul aan; hoe beter voorbereid, des te meer resultaat.

Uiteraard kun je ook voor een alternatief gaan, er zijn genoeg manieren om aan kwalitatief goede adressen te komen, dit is helemaal aan jou.

Ps. je bent enthousiast en neemt je voor veel bedrijven te benaderen. Maar koop niet direct teveel adressen, koop er 100 of 200 en koop bij wanneer nodig. Waarom? Adressen verouderen snel en misschien kost het toch meer tijd dan je had verwacht.

Stap 3. Belscript of richtlijn?

Ik ben zelf geen voorstander van een uitgeschreven belscript waar niet van wordt afgeweken. Een belscript (of richtlijn zoals ik het noem) dient als leidraad van het gesprek.

Wil je tips voor het opstellen van een belscript, kijk dan eens op:

<http://www.sprout.nl/how-to/sales/acquisitie/cold-calling/belscript-maken> (wel eerst een gratis account aanmaken).

Lees het belscript goed door voordat je begint met nabellen. Oplezen en niet willen afwijken van het belscript is echt iets wat ik afraad. Luister goed naar je gesprekspartner en haak daar op in. Durf ook af en toe een korte stilte te laten vallen, je zal zien dat diegene vaak het gesprek voortzet.

Stap 4. Aan de slag, bellen

Bij koude acquisitie heb je 20 seconden de tijd om je gesprekspartner te interesseren en niet afgekapt te worden. Lukt dit niet dan zal diegene alles doen om het gesprek te beëindigen. Zorg dus altijd dat je snel 'to the point' komt.

Spreek je naam en bedrijfsnaam rustig uit, zodat de andere partij je goed verstaat. Stel open vragen aan je gesprekspartner. Vragen die met ja of nee beantwoord kunnen worden moet je zoveel mogelijk vermijden omdat dit funest kan zijn voor het gesprek.

Zorg altijd voor een positieve afsluiting van het gesprek ook al heeft je gesprekspartner geen interesse. Maak je een afspraak? Herhaal aan het einde van het gesprek altijd hetgene wat is afgesproken; bijvoorbeeld; "ik stuur u zo dadelijk per e-mail meer informatie op en bel u volgende week om het verder met u te bespreken".



Stap 5. Opvolgen en vervolg

Misschien wel het meest lastigste deel van telefonische acquisitie is het adequaat blijven opvolgen van terugbelafspraken. Maar dit is nou net de kracht van telefonische acquisitie. Spreek je af om volgende week dinsdagsmiddag terug te bellen doe dit dan ook. Ik hoef je niet uit te leggen dat je een slechte indruk maakt als je een dag later belt (zelfs als je je excuseert).

Vaak is een terugbelafpraak vrijblijvender; "bel volgende week eens, dat komt beter uit" of "bel over een halfjaar eens om te vernemen of het aansluit". In dit soort gevallen moet je uiteraard wel agenderen/opvolgen maar heb je meer vrijheid in de in de exacte datum van opvolgen.

Een goede registratie van de belhistorie is belangrijk. Als je concreet kan verwijzen naar een eerder gesprek en het kort kan samenvatten zal je gesprekspartner dit op waarde schatten. Er is een verscheidenheid aan software pakketten waarmee je gemakkelijk je projecten kunt beheren, callresultaten kunt registreren en terugbel afspraken kunt agenderen. Software as a service (een clouddienst) heeft mijn voorkeur, neem gerust contact met me op als je advies wilt.

Ps. in de beginfase heb je waarschijnlijk voldoende aan een digitale agenda en spreadsheet software.

Tot slot

Er is heel veel informatie te vinden over telefonische acquisitie. Ik heb dit artikel expres kort gehouden zodat je snel aan de slag kunt.

Mijn naam is Peter van der Laarse (van www.vdlconsult.nl), en ben dagelijks actief met telefonische acquisitie. Heb je ondersteuning nodig of besteed je jouw telefonische acquisitie liever uit? Ik help je graag verder.

Van der Laarse Consultancy
Telefoon: 0174-289860
E-mail: info@vdlconsult.nl

"Blijf volhouden, het duurt een tijdje voordat je resultaat boekt. Uit onderzoek blijkt; 80 procent van succesvolle verkopen ontstaan na minimaal 5 keer contact te hebben gehad! "