

Sales in tijden van crisis

Hoe kun je nu het verschil
maken als salesprofessional?



Sales in tijden van crisis

Auteur: Harro Willemsen
Datum van uitgave: maart 2020
Versie: 1.0

© 3to1. Alle rechten voorbehouden.

Deze hand-out behoort bij onze salesvideo 'Sales is tijden van crisis. Deze video is te vinden op onze website en op ons YouTube kanaal.

Deze uitgave is kosteloos te downloaden vanaf onze website.

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in geautomatiseerde gegevensbestanden of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van 3to1. Delen van de gebruikte teksten zijn overgenomen en aangepast uit diverse bronnen.

Ondanks alle zorg die aan de samenstelling van deze hand-out is besteed, kan noch de auteur, noch 3to1, aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die het gevolg is van enige fout in deze uitgave.

Inleiding

En ineens is alles anders. We zijn met zijn allen in een nieuwe crisis beland en een ingrijpende recessie staat voor de deur. De vraag is nu wat dit voor je betekent als salesprofessional. Wat wordt er van je verwacht? Wat zijn je nieuwe prioriteiten? En hoe kun je ondanks deze nieuwe werkelijkheid het maximale uit je tijd en energie halen?

Welkom

Laat ik beginnen door alle jonge salesprofessionals welkom te heten bij je eerste recessie. Eén op de drie salesprofessionals heeft nog nooit een echte recessie meegemaakt. Dan kan het enorm schrikken zijn. Als we kijken naar de laatste twee ingrijpende recessies moeten we teruggaan naar september 2001 en de bankencrisis in 2008. In beide gevallen namen de beurzen een duikvlucht, stopten bedrijven met investeren en groeide de werkloosheid.

Leren van oude lessen

De huidige crisis lijkt een flinke tand groter te worden, maar we kunnen wel teugkijken op de lessen die we toen leerden. Laat ik beginnen met essentieel gedrag voor salesprofessionals in crisistijd. Zeker als het je eerste grote recessie is.

- Er is een nieuwe werkelijkheid geboren. *Sales* is nu voor bedrijven de allerbelangrijkste afdeling geworden binnen het bedrijf. En jij bent daar een onderdeel van. Stel je zakelijke omgeving niet teleur en doe altijd twee stappen meer dan ervan je wordt verwacht.
- Stop met janken. Neem jezelf voor om niet te klagen over de economische situatie. Tegen niemand niet. Niet tegen je klanten, collega's of leveranciers. Praat over je acties, plannen en ideeën om er als bedrijf doorheen te komen. *Dat* is je salesrol. Zwartkijken, galspuwen, azijnpissen; daar moet je verre van blijven.

- Maak een 'stop doing list' van alle zaken die niet tot je kerntaken behoren en voer die lijst uit. Alle randverschijnselen van je vak besteed je uit of stop je tijdelijk mee. Scheelt je snel 70% van je tijd als je kritisch durft te zijn. Die extra tijd kun je aan je klanten besteden.
- We moeten tijdelijk minder. Wees zuinig. Verras de 'bean counters' in je eigen bedrijf met kostenreducties die je zelf voorstelt. Dan houd je ruimte over om niet te hoeven bezuinigen op activiteiten voor je klanten.
- Blijf veel communiceren met je eigen team. Zeker als je op afstand werkt, is het verleidelijk om jezelf terug te trekken in je eigen cocon. Zorg dat je minimaal iedere dag een korte teammeeting houdt, waarin je ontwikkelingen, ideeën en voortgang uitwisselt. Team is belangrijker dan ooit.
- Hoe meer beperkingen je krijgt hoe creatiever je wordt. Dat vraagt om lef, tegendraadsheid en omdenken. Precies de zaken waar salesprofessionals in uitblinken. We blijken allemaal prima binnen enkele dagen te kunnen omschakelen naar online vergaderen via Zoom, Skype of Microsoft Teams. Wie had dat gedacht?!

Nieuwe prioriteiten

Goed, wat zijn op dit moment je prioriteiten als salesprofessional? Bij de start van een crisis is het er maar één: zorgen dat je klanten zo goed mogelijk door kunnen. Wat zijn de primaire diensten, producten en regelingen die ze nodig hebben? Hoe kun je belemmeringen in hun processen wegnemen of versoepelen? Hoe kun je helpen dat de customer journey van hun klanten zich kan aanpassen aan de nieuwe omstandigheden.

Zorg dat ze weten dat je klaar staat, hoe ze je kunnen bereiken en geef ze mee dat je creatief en flexibel zult zijn in het bedenken van oplossingen. De rest is op dit moment niet relevant. Als je niet direct zelf van nut bent voor je klanten, hoef je niet stil te zitten. Je kunt bijvoorbeeld content liken en delen van je klanten. Schakel je netwerk in om leveranciers te vinden die specifieke uitdagingen van je klanten kunnen helpen oplossen.

Als jij mensen op de bank hebt zitten, kijk of ze tijdelijk bij klanten hand- en spandiensten kunnen verrichten. Wees de intermediair. Wees de bron van kennis. Helpen betekent meer dan orders afsluiten.

Het gevoelige gedeelte

Maar nu kom ik bij het gevoelige deel. Jij hebt ook de taak om zoveel mogelijk commerciële kansen te blijven zoeken en verzilveren. Zonder nieuwe omzet overleeft je eigen organisatie het ook niet.

Wees de aanjager in je organisatie om de omschakeling te maken die nodig is om te kunnen blijven verkopen. Welke aanpassingen zijn nodig in je producten en diensten, in je distributie- en verdienmodel, in de marketingaanpak. Jij bent de contactpersoon bij je klanten, dus vraag het hun.

Het gekke is dat pushen voor omzet in tijden van een nieuwe crisis juist tegen je zal werken. Ga je klanten dus nu niet lastigvallen met nutteloze upsell-mogelijkheden of acquisitietelefoontjes. Het lijkt aantrekkelijk om alles op business development te zetten. Mijn tip is om daar nog even mee te wachten. Hoe meer je nu in de help-stand staat hoe groter de kans is om business te genereren.

Voor een klein deel van de salesprofessionals zijn het nu wel gouden tijden. Je levert precies datgene waar nu behoefte aan is. Maar het overgrote deel heeft ineens een lege agenda en houdt tijd over. Het devies is dan ook: never waste a good crisis. Als afsluiter mijn aanbevelingen hoe je het beste gebruik kunt maken van die extra tijd.

1. Ga bouwen aan je hitlist

Laten we elkaar geen mietje noemen. Je hebt de afgelopen jaren te weinig aan proactieve acquisitie gedaan. Je was te druk, de omzet groeide bijna als vanzelf en marketing leverde heerlijk warme leads aan. Die tijd is voorbij. Begin met het researchen en opbouwen van een hitlist van potentiële klanten. Hoe dat moet? Lees mijn boek over de Par5 methode of check de website en [lees de artikelen](#) waarin ik een heb gewijd.

2. Ga nieuwe vaardigheden opdoen

Het is tijd om weer de schoolbanken op te zoeken. Welke nieuwe skills en tools heb je nu en straks nodig, waar je nog te weinig van weet? Er zijn ontelbaar veel online trainingen, webinars en to do video's die je kunt volgen en bekijken. Maar wees wel kritisch. Er wordt ook heel veel shit aangeboden. Lees reviews, vraag rond en kies voor goede namen.

3. Vakkennis bijspijkeren

De meeste salesprofessionals blinken niet uit als het gaat om echt inhoudelijke kennis van hun producten en diensten. Nu is je kans om jezelf hierin verder te verdiepen. Lees die stapel vakliteratuur en interne manuals. Volg de cursussen die op je eigen intranet staan. Vraag duimendraaiende inhoudelijke professionals om je college te geven in de ins en outs van je eigen aanbod.

4. Bijwerken van salesmateriaal

Al je presentaties, case stories en offerte lay-outs zijn toe aan groot onderhoud. Pak ze beet en ga ze oppoetsen. Vervang oude voor nieuwe foto's, vul je referentielijst aan, fris het design op en de best practices die je al tien jaar verteld, kunnen ook een update gebruiken.

5. Leer of luister

Oh ja, ons beroep ontwikkelt zich ook al jaren razendsnel. Wanneer heb je voor het laatst een boek over je vak gelezen? Tijd om ze te bestellen en te gaan lezen. Ben je geen lezer? Goed nieuws, audioboeken zijn ook ruim voorhanden. Weinig budget beschikbaar? Neem een abonnement van een tientje of wat op één van de diverse aanbieders, zodat je ze onbeperkt kunt lezen of luisteren. Ook de bibliotheek heeft tegenwoordig een mooie selectie om te kunnen lezen. Ja ook, e-books en audioboeken.

6. Werk aan goede routines

Ben je gewend om de lift te nemen naar de vijfde verdieping, tijdens de lunch een kaassoufflé naar binnen te schuiven of 's avonds een extra borrel te nemen om in slaap te kunnen vallen? Of reageer je direct op iedere ping van je smartphone of hang je uren per dag rond op duffe social media-fora? Een crisis is een uitgelezen moment om te werken aan je lichamelijke en geestelijke gezondheid. Verander stap voor de stap de structuur en gewoontes in je dag. Beweeg voldoende, eet gezond, neem rust, mediteer, heb echte aandacht voor je naasten. Als je persoonlijke routines verbeteren, volgen je zakelijke vanzelf.

7. Ondersteun je omgeving

Een crisis is ook een grote aanjager van saamhorigheid en behulpzaamheid. Bied aan om collega's in je organisatie te helpen. Hebben ze handen nodig in het magazijn, trek dan een overal aan. Is het druk bij customer support? Zet een headset op en pak die telefoontjes op. Steun ook de ondernemers in je lokale omgeving. Koop een extra bos bloemen, haal een maaltijd af, schakel een ZZP'er in voor een klus.

Tenslotte

Crisissen zijn perioden waarin de mannen van de jongens worden gescheiden. De vrouwen van de meisjes. De echte salesprofessionals van de luchtfietsers. We moet weer echt aan de bak voor onze centen. Dus onderneem, help, wees creatief, voeg waarde toe, ontwikkel jezelf en steun je omgeving. Zorg goed voor jezelf.



Wij verzorgen trainingen, workshops, presentaties en coaching op het gebied van commercie, communicatie en management. We combineren de meest actuele commerciële kennis met de krachtigste trainingsmethoden met maar een doel: resultaten halen voor onze klanten.

3 staat tot 1: de verhouding tussen een excellerende en een gemiddelde medewerker. Een excellerende medewerker behaalt drie keer meer omzet, marge, afspraken, deals, nieuwe klanten. Drie keer meer. 3to1.

Onze missie is simpel: We brengen mensen van gemiddeld naar excellerend. Van 1 naar 3. Door training, coaching, workshops, kennis, inspiratie, presentaties en maatwerkprogramma's.

Wij werken met de beste trainers: echte praktijkmensen, die salesteams, vakspecialisten en managers praktische vaardigheden bijbrengen op het gebied van verkopen, presenteren en communiceren. Wij vinden de kwaliteiten van mensen binnen de organisatie het enig echt onderscheidend vermogen van het bedrijf en wij werken aan de verbetering van die kwaliteiten.

Link, like of volg ons:



[linkedin.com/company/3to1](https://www.linkedin.com/company/3to1)



twitter.com/3to1salesartist



[facebook.com/3to1.nl](https://www.facebook.com/3to1.nl)



[youtube.com/c/3to1videos](https://www.youtube.com/c/3to1videos)



3to1

Elisabeth Catsvliet 16
2992WV Barendrecht

088-1651900

info@3to1.nl

www.3to1.nl