

## BELSCRIPTS HELPEN BIJ EEN BETER GESPREK

# Niemand wil een chagrijn aan de lijn

Een belscript is een handig hulpmiddel om bijvoorbeeld telefonische verkoop mee te doen. Het geeft houvast. Maar dat is ook meteen het grootste nadeel. Te veel houvast, te veel structuur en te veel script komt gemaakt en krampachtig over. Terwijl een natuurlijk en spontaan gesprek juist talloze wendingen zal nemen.

Hoewel ervaren verkopers het veelal zonder belscripts afkunnen, zijn ze echter wel altijd ontzettend nuttig om een verkoopverhaal goed uit te denken. Het helpt om helder in kaart te brengen wat mogelijke tegenwerpingen kunnen zijn en daarmee kunt u de 'elevator pitch' aanscherpen. Door een script te oefenen op proefpersonen leren mensen al doende vooral hun eigen boodschap goed te communiceren. En dat is toch wel het allerbelangrijkste in een verkoopgesprek.

## Gescript

Wie het script goed oefent, heeft het steeds minder nodig. En dat zou het ultieme doel van een belscript moeten zijn. Het moet zichzelf overbodig maken, stelt salesexpert Rikkert Walbeek. Walbeek, oprichter en eigenaar van het Haarlemse bedrijf SalesXeed, levert leadgeneratie en salesoutsourcing. Volgens Walbeek vinden mensen het veel prettiger als je ze benadert voor een gesprek. Daarvoor zijn ze veelal makkelijker benaderbaar dan wanneer u belt met een verschrikkelijk gescript verkooppraatje. Zeker in deze tijd waarin mensen dagelijks telefonisch benaderd worden, werkt dat niet meer.

## Gesprekslijn

Om een gesprek te kunnen voeren, moet u natuurlijk wel een bepaalde gesprekslijn uitzetten. Een script kan daarbij een houvast zijn. Maar laat het dan ook niet meer dan een houvast zijn. Scripts kunnen namelijk nooit alle mogelijke gesprekswendingen in zich herbergen. Soms loopt een gesprek heel anders dan u ooit had kunnen denken. Dan moet u daarop kunnen inspelen.

## Gooi het maar in de trechter

### Wat is precies de trecherteknik?

- U begint met brede, oriënterende vragen. Hiervoor zijn open vragen heel geschikt.
- Als u een goed beeld heeft van de situatie van de klant, schakelt u over op gerichtere vragen. Daarbij mag u ook gebruikmaken van gesloten vragen.
- Uiteindelijk 'versmalt' u het gespreksonderwerp zodanig, dat u het alleen nog over de inhoudelijke kant van het specifieke probleem heeft.
- U kunt dan eindigen met het sluiten van de deal.

Een script moet dan ook 'levend' zijn. Gedurende de eerste beldagen zou u het script steeds moeten veranderen aan de hand van opgedane ervaringen. Probeer het script ook eerst uit met collega's. Daarna bij wat 'minder belangrijke' klanten en pas als laatste bij de echte klanten. Meestal zit het script er dan wel 'in' en heeft u het niet meer nodig.

## Pareren

Houd naast uw script een lijst bij met alle tegenwerpingen en tegenargumenten die u tegenkomt en hoe u ze kunt pareren. Die lijst kunt u dan tijdens een gesprek even snel raadplegen als u ergens tegenaan loopt.

In het begin van het telefoongesprek dienen zich vaak een heleboel aanknopingspunten aan om een gesprek te beginnen. Complimenteer uw contactpersoon bijvoorbeeld met het feit dat zijn secretaresse zo bijzonder vriendelijk was aan de telefoon. U creëert zo direct een persoonlijke sfeer. U hoeft dan niet het script te volgen, maar kunt 'gewoon communiceren'. Ook gebeuren er tijdens de opening van het gesprek dingen waarmee u iets kunt. Denk eens aan: 'Wat een achtergrondgeluid, zeg, bent u aan het verbouwen?' Daarnaast zijn er nog een aantal andere mogelijkheden om uw gesprek goed te laten verlopen. Kijk bijvoorbeeld eens naar de volgende tips.

1. Zorg dat u altijd de flexibiliteit houdt om van het belscript af te wijken. Een telefoongesprek kan ineens een andere wending nemen, die niet in uw script staat. Wees flexibel en

### Belscript in acht stappen

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 1. Introductie                   | Stel uzelf voor. Spreek duidelijk verstaanbaar. Spreek formeel. Check of u de juiste persoon aan de lijn heeft. Vraag ook of u gelegen belt. Zo niet, vraag wanneer wel.   |
| 2. Reden van het telefoongesprek | Geef kort en bondig aan waarom u belt.   |
| 3. Wacht eventuele reactie af    | Geef u contactpersoon even de tijd om te reageren. Geen reactie, ga dan verder.  |
| 4. Stel vragen                   | Begin een verkoopgesprek met een vraag die inspeelt op uw aanbod. Gebruik de trechtertechniek om tot de kern te komen.   |
| 5. Aanbod                        | Indien de antwoorden op uw vragen positief waren en u goed heeft getrechterd, kunt u nu uw aanbod doen. Licht kort en bondig toe welke voordelen uw aanbod brengt, hierbij inspeland op de antwoorden die u zojuist op uw vragen heeft gekregen. |
| 6. Gesprek                       | Nu kan eventueel een gesprek ontstaan waarin u tegenargumenten moet weerleggen. Laat het een gesprek zijn. Dit onderdeel is bijna niet te scripten.  |
| 7. Afsluiting                    | Sluit nu uw deal of maak een afspraak, afhankelijk van wat mogelijk is. Vraag ook gewoon om de deal. Veel verkopers vergeten dat en daar ging het juist om!  |
| 8. Afronding                     | Rond het gesprek netjes af. Bedank voor de tijd en de opdracht en bevestig de gemaakte afspraken.  |

Met medewerking van Rikkert Walbeek, SalesXeed. Walbeek houdt een weblog bij over sales op [www.salesiseenvak.nl](http://www.salesiseenvak.nl)

- laat het script 'los'. Er ontstaat een gesprek en dat is in de praktijk vaak veel effectiever.
2. Denk bij het maken van uw script goed na over alle mogelijke kanten die een gesprek zou kunnen opgaan. Werk die kanten verder uit voor uzelf. Te denken valt aan mogelijke tegenwerpingen die u kunt krijgen. Zorg dat u op alle denkbare tegenwerpingen een tegenargument heeft.
3. Verplaats u bij het maken van het script in de persoon die u gaat bellen. Hoe zou u zelf benaderd willen worden?
4. Vraag eerst even of het uitkomt, als u onaangekondigd belt. U wilt tenslotte aandacht. Als het iemand niet uitkomt, vraag dan wat een goed tijdstip is om terug te bellen.
5. Noem regelmatig de naam van het bedrijf van uw contactpersoon en ook zijn eigen naam. Mensen worden graag persoonlijk aangesproken.
6. Neem, ongeacht de sfeer van het gesprek, altijd positief afscheid. Ook al is de 'andere kant' bot tegen u, blijf altijd beleefd. Dat heeft niet alleen met fatsoen te maken. Maar – veel belangrijker – als u uzelf laat verleiden tot een botte reactie dan beïnvloedt dat uw eigen gemoedstoestand en dat loopt weer door in het volgende gesprek.
7. Glimlach veelvuldig. Niet hardop. Een glimlach kun je horen. Zet het desnoods in u script.
8. Zet een spiegel voor u neer. En realiseer u dat uw stem zo klinkt als u kijkt. Niemand wil een chagrijn aan de lijn.

9. Wees netjes en formeel. De andere kant kent u niet. Begin dus niet met een informeel 'oude jongens krentenbrood'-inslag aan het gesprek. Spreek mensen met u aan en ga pas tutoyeren als zij dat zelf aangeven.
10. Bevestig aan het eind van het gesprek de eventueel gemaakte

### Wees niet bang voor stiltes



afspraken. Resumeer nog even wat u moet uitzoeken en wanneer u daarover terugbelt.

11. Wees niet bang voor stiltes. Die vallen in een fysiek gesprek ook. Soms moeten mensen even nadenken over wat u heeft gezegd. Laat soms zelfs een bewuste stilte vallen, om de ander de kans te geven even na te denken over zijn antwoord. Of gebruik stiltes om een reactie of antwoord 'uit te lokken'.
12. Denk eraan dat men u niet kan zien. U heeft dus alleen uw stem als non-verbaal communicatie-instru-

### Spreek met een wisselend tempo



- ment. Zorg dat u duidelijk, met een wisselend tempo en wisselende intonatie spreekt. Niemand wil naar een monotoon stemgeluid luisteren.
13. Tijdens uw introductie spreekt u iets langzamer dan normaal, zodat men uw naam en uw redenen om te bellen goed kan verstaan.



## Een voorbeeldscript

### 1. Introductie

'Goedendag, u spreekt met Bart Nagel van Nagel Media Enterprises. Spreek ik met de heer Walbeek? Schikt het u dat ik u bel? Klopt het dat u eindverantwoordelijk bent voor de pr binnen uw organisatie? Zo nee, wie moet ik daarvoor hebben?' (gesprek afronden).

### 2. Reden van het telefoongesprek

'Nagel Media Enterprises is marktleider op het gebied van pr in Canada en omdat ik begrijp dat uw organisatie veel klanten heeft in Canada wil ik u graag een aantrekkelijk aanbod doen.'

### 3. Wacht eventuele reactie af

### 4. Stel vragen

'Klopt het inderdaad dat u veel klanten heeft in Canada?'

(ja, ga verder; nee, vraag of ze dat wel van plan zijn; zo ja, ga verder; zo nee, rond af.)

'Hoe is uw pr geregeld in Canada?' (schrijf mee!)

'Werkt u momenteel al samen met een pr-bureau in Canada? Zo ja, met wie? Zijn er zaken die u verbeterd zou willen zien in uw huidige pr?'

'Waarom is pr zo belangrijk voor uw organisatie? Wat zou een betere pr betekenen voor de omzet van uw organisatie in Canada?'

### 5. Aanbod

'U heeft zojuist aangegeven dat pr voor uw organisatie belangrijk is omdat ... En dat u graag verbeteringen wilt zien op het vlak van ... Daarom denk ik dat ons aanbod u bijzonder zal aanspreken. Wij kunnen u een zeer uitgebreid netwerk van kwaliteitsjournalisten aanbieden dat zeer goed inspeelt op alle mogelijke ontwikkelingen op de Canadese markt. Het voordeel voor u is dat u zo niet alleen in alle staten bent vertegenwoordigd, maar u heeft ook nog eens een ingang bij alle landelijke kranten en de tijdschriften op uw vakgebied. Stelt u zich eens voor welke invloed dat heeft op uw media-aanwezigheid. U zult dan nooit meer in een speciale uitgave ontbreken en een vaste waarde worden voor uw klanten. Is dit een verbetering die kan bijdragen aan uw omzetgroei-doelstellingen, denkt u?'

### 6. Gesprek

'Maar wij zijn in de regel erg loyaal aan onze vaste leveranciers.' (Ook als u daardoor minder in de media te vinden bent en daardoor omzet misloopt?). 'U heeft een mooi verhaal, maar hoe weet ik of dat allemaal wel waar is?' (Nagel Media Enterprises werkt voor één op de drie Fortune-500 bedrijven, dat moet u toch

het vertrouwen geven dat we ook voor uw organisatie voor extra media-aandacht kunnen zorgen. Bedrijven als Microsoft geven niet zomaar hun pr uit handen, toch?). 'Als ik u zo beluister, zult u wel erg duur zijn.' (Wij zijn inderdaad niet de goedkoopste. Maar omgerekend naar media-aandacht hebben we veelal een zeer concurrerend voorstel. Het gaat tenslotte toch om wat het oplevert, of niet?).

### 7. Afsluiting

'Ziet u voordelen in een samenwerking met ons? Welke? Dan wil ik u graag ons aantrekkelijke aanbod doen om de komende zes maanden gebruik te maken van onze diensten tegen een gereduceerd tarief van ... Mag ik uw organisatie aan onze klantenlijst toevoegen?'

### 8. Afronding

'Dan wil ik u graag bedanken voor de opdracht. Ik zorg ervoor dat het contract nog vanmiddag bij u op de fax ligt. Morgenochtend neemt onze afdeling Canadian Affairs contact met u op om alle verdere details met u te bespreken. Rest mij niets meer dan u verder een bijzonder prettige dag te wensen, en nogmaals bedankt voor de opdracht.'

### 14. Neem regelmatig even een pauze.


Drink een kop koffie. Loop even rond. Zorg in ieder geval dat u niet in een soort routinematige gemoeds-toestand komt te zitten.

### 15. Verzamel indien mogelijk informatie over de persoon en het bedrijf voordat u gaat bellen. Hoe meer u van hen weet, hoe beter u in het gesprek 'mee kunt' met uw contactpersoon. U kunt dan ook beter inspelen op zaken die worden aangegeven.

wel veel scripts woordelijk zijn uitgeschreven, kunt u er toch beter uw eigen verhaal van maken. Dat komt natuurlijker over.

2. Maak van uw bescrypt geen telefonische enquête. Het moet geen vragenlijst worden. Natuurlijk wilt u informatie, en natuurlijk moet u daarvoor vragen stellen. Maar stel dan in ieder geval open vragen, zodat het een gesprek blijft.
3. Ga niet teveel in op inhoudelijkheden. Dat is een koopsignaal en het moment om op een afspraak aan te sturen.
4. Stel niet teveel gesloten vragen. Daardoor zal het gesprek onnatuurlijk en 'hobbelig' verlopen.
5. Heeft u een echte 'offday', stel het bellen dan uit. Ga iets anders doen. Ga niet tegen beter weten in toch

aan het bellen. U bent dan waarschijnlijk alleen maar kansen aan het verknallen.

6. Vergeet niet te vragen. Een script moet altijd eindigen met een concrete vraag of aanbod. Een script met een open einde kan alle kanten op en is daarmee niet meer te 'scripten'.
7. Lieg nooit over het feit dat u een script heeft. De 'andere kant' heeft dit blijkbaar door. Trek lering uit feit dat u 'gesnapt' bent, maar lieg er niet over. Grote kans dat de andere kant zelf ook ooit telefonische verkoop heeft gedaan. Dat schept een band, u heeft iets om over te praten, maak daar gebruik van. Begin een gesprek, u zult zien dat het een leuk gesprek gaat worden. 

## Hobbelig

Net zoals er dingen zijn die uw kans op succes verbeteren, zijn er ook dingen die u beter niet kunt doen:

1. Lees uw script nooit voor. Al werkt u met een script als houvast, laat niet merken dat u er een gebruikt. Hoe-

*Bart Nagel is freelance auteur.*