

WORKSHOP SALES INTUÏTIE: DE ROL VAN HET BUIKGEVOEL IN SALES



In sales wordt intermenselijke communicatie steeds belangrijker. Zaken doen is een 'messaging' waarbij veel beslissingen op basis van het buikgevoel worden genomen. Zowel aan de verkoop- als aan de inkoopkant. Wat kun je met dit buikgevoel? Kun je het beïnvloeden, en hoe kun je er naar handelen? De Workshop Sales Intuïtie helpt verkopers om hun eigen gevoel beter te leren herkennen, hiermee om te gaan en erop te vertrouwen. Zwerig? Nee, juist niet. Heel herkenbaar voor veel verkopers, maar tot nu toe nooit zo benoemd. De workshop brengt hier verandering in.

Q-Pex, de specialist op het gebied van service- en assetmanagement in de Benelux, was de eerste organisatie die deze workshop volgde. "Wij hebben een zeer uitgebreid trainingsprogramma voor onze sales en wilden graag een stap verder gaan dan alleen maar vaardigheden trainen", vertelt Eugene Wolf, Managing Director van Q-Pex. "De workshop Sales Intuïtie sluit daar uitstekend bij aan." Wolf heeft heel bewust voor deze workshop gekozen. "Onze mensen zijn ons kapitaal, en daar zullen we dus continu in moeten blijven investeren". Onderdeel van die investeringen

Gaan sales en intuïtie samen? Volgens SalesXeed wel, getuige het feit dat ze afgelopen maand een nieuwe workshop lanceerden. Deze eendaagse Workshop Sales Intuïtie geeft verkopers een eerste aanzet tot het effectief gebruik maken van hun intuïtie in sales. Een workshop over sales intuïtie? Het eerste dat te binnen schiet is een dame in een blauw gebatikte jurk die met kaarsjes en wierook aan de slag gaat. Niets is echter minder waar!



is volgens Wolf mensen de mogelijkheid bieden zich verder te ontwikkelen. Naast de 'bekende' trainingen op het gebied van salesvaardigheden was hij daarom op zoek naar 'iets anders'. "Sales is toch een 'mensenvak', mensen kopen immers van mensen". Deze workshop biedt de mogelijkheid om die menselijke kant van het vak verder uit te diepen. "Er zijn voldoende goede trainingen en workshops over sales en ook over intuï-

tie, maar er is er niet één die beiden combineert.", aldus Rikkert Walbeek, oprichter van SalesXeed. "Het onderwerp hield me al een tijd bezig, maar ik kon er geen handen en voeten aan geven." Met het aantrekken van Sonya Planken bij zijn organisatie heeft Walbeek die hiaten kunnen invullen. Planken heeft naast een achtergrond in sales ook gewerkt als management coach op het gebied van persoonlijke ontwikkeling. Het was juist deze combinatie die tot de workshop heeft geleid. Met de kennis omtrent sales van Walbeek en de kennis van intuïtie van Planken lijkt een gouden combinatie te zijn ontstaan.

In sales workshops wordt 'buikgevoel' wel eens aangehaald maar niet verder uitgewerkt. "De meeste workshops over intuïtie zijn juist weer te zweverig en niet concreet toepasbaar" aldus Walbeek. "Onze grootste

zorg was dan ook om intuïtie toepasbaar te maken voor verkopers". En dat is volgens de reacties van de meeste deelnemers uitstekend gelukt. De workshop van SalesXeed bestaat uit twee delen. Het eerste deel behandelt het onderwerp intuïtie generiek. Wat is het, wat is het niet en hoe herken je intuïtie. Deze begripsvorming is belangrijk om in het tweede deel intuïtie toepasbaar te maken voor sales. Het tweede deel gaat vervolgens in op concrete verkoopsituaties.

Door middel van oefeningen en een rollenspel wordt de kracht van intuïtie naar voren gehaald. De deelnemers wordt aangegeven hoe ze hun gevoel kunnen leren herkennen en gebruiken in hun dagelijkse praktijk. Eén van de deelnemers aan de workshop zegt hierover het volgende: "Goed om bewust bezig te zijn met iets waar je onbewust wel gebruik van maakt. Sales is een mix van structuur en intuïtie. Balans tussen die twee vergroot je slagkracht. Dat begint met bewustwording."

"Hier kunnen we in de praktijk wat mee" zei Wolf naderhand. Hij geeft te kennen dat hij even heeft getwijfeld of het niet te ver zou gaan voor zijn mensen. Angst om zijn team een training te laten doen die niet zou aansluiten bij hun dagelijkse werk. "Maar dat bleek zeker niet het geval te zijn, ik heb van enkelen zelfs de vraag gehad of we er een vervolg aan zouden kunnen geven. De begripsvorming rondom intuïtie was voor ons wel even aftasten", aldus Wolf. "Maar toen het toepasbaar werd gemaakt herkende vrijwel iedereen zich erin. Snel werd duidelijk dat we hiermee nog beter op klantsituaties kunnen inspelen."

Was iedereen dan positief? Nee, zeker niet, wij spraken ook een deelnemer die duidelijk aangaf er helemaal niets mee te kunnen. Dat het in de wereld van ICT sales allemaal veel te snel gaat om gevoel een rol te laten spelen. Dat daar geen tijd voor is. Sterker nog, dat je deals misloopt als je jezelf met dat soort zaken bezig houdt. Voor een enkeling ging het ook gewoon te ver. Zo vertelt een andere deelnemer dat het onderwerp op zich interessant is, maar dat het voor hem een stap te ver is. Hij heeft de workshop als leuk ervaren maar ook niet meer dan dat. "Daar ontcom je helaas niet aan, niet iedereen zal de toegevoegde waarde zien, of willen zien" aldus Planken. Zelf kijkt ze met tevredenheid terug op de eerste workshop. "Deze groep was overwegend positief, ze stonden er voor open en waren bereid om mee te doen". De meeste reacties achteraf waren enthousiast, opbouwend en constructief. "Sonya is meer dan uitstekend in staat om een onderwerp als

intuïtie helder over te brengen en aan te geven hoe dit toe te passen in sales situaties" zo gaat Wolf verder. Naar zijn mening is het met name de toepasbaarheid die deze workshop aantrekkelijk maakt. Walbeek vertelt dat veel organisaties bij wie hij over deze workshop vertelt in eerste instantie geïnteresseerd zijn. Maar daarna toch aanhikken tegen de angst voor zwerigheid. Salesmanagers die zich afvragen hoe ze de workshop aan hun mensen kunnen 'verkopen'. Dat is steeds een barrière die ze moeten nemen. "Soms gebruik ik voorbeelden uit de workshop om de toepasbaarheid helder voor het voetlicht te krijgen." De meesten zien zelf ook de veranderingen in het salesvak, dat de menselijke factor steeds belangrijker aan het worden is. De transparantie in veel markten, onder meer veroorzaakt door internet, maakt klanten steeds wijzer. Klanten weten echt wel wat er te koop is. Om deals te winnen is de relatie dus van steeds groter belang, en intuïtie speelt daarbij een belangrijke rol. Maar dan moet je er wel iets mee kunnen. Deze workshop is een eerste aanzet om intuïtie als extra 'salestool' te gaan gebruiken.

Kun je intuïtie dan in een dag leren? Nee, natuurlijk niet. Het ontwikkelen daarvan vergt tijd en energie. De workshop geeft de deelnemers de mogelijkheid om de eerste stappen te zetten. Vervolgens zullen ze daar zelf actief mee aan de slag moeten. Vervangt deze workshop dan alle andere? Nee, zeker niet. Het is een aanvulling op de vele trainingen die er al zijn. Het geeft de deelnemers de mogelijkheid zichzelf beter te leren kennen en beter naar hun gevoel te luisteren. Het vervangt daarmee niet de bestaande trainingen die vooral gericht zijn op vaardigheden. Het is een welkome aanvulling op het bestaande arsenaal aan trainingen. Voornamelijk gericht op organisaties die inzien dat vaardigheden op zich niet voldoende zijn. Dat het juist de verkoper zelf is die het verschil maakt.

SalesXeed
www.salesxeed.com

Q-Pex
www.q-pex.nl