

Marketing Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door Marketing Rendement

Marketing Rendement is een nieuws- en adviesmagazine over marketing, sales en communicatie. De insteek is: geen glossy magazine met veel advertenties. Maar wel een blad dat met beide benen op de grond staat. Marketing Rendement biedt gewoon praktische informatie waar de lezer daadwerkelijk iets aan heeft in zijn dagelijks werk. Gericht op kostenbesparing. Gericht op snel en efficiënt werken. Gericht op tips en adviezen voor een betere persoonlijke performance. Met veel aandacht voor loopbaan en beloning.

Marketing Rendement onderscheidt zich door:

- Beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- Elke keer een gedegen vergelijkend warenonderzoek waar dienstverleners op prijs en kwaliteit worden vergeleken;
- Veel kort nieuws;
- Interactieve, persoonlijke e-mailservice met nieuwe vacatures, sites, congressen en publicaties.

Meer informatie op: www.rendement.nl/marketing

Voordelig proefabonnement aanvragen? www.rendement.nl/marketing/abonneren



HOE EEN INTERIM-VERKOPER UW AFDELING KAN HELPEN

Een boost of een last?

Er kan zich altijd een situatie voordoen waarin u plotseling behoefte heeft aan een extra salesprofessional. Bij de introductie van een nieuw product bijvoorbeeld. U hoeft dan niet meteen een vacature te plaatsen: net als in elk ander vakgebied kunt u ook salesprofessionals op interim-basis inhuren. Maar dan moet u wel met een aantal zaken rekening houden.

Heeft u tijdelijk extra mankracht nodig op de salesafdeling? Dan kunt u vaak aan die behoefte voldoen met een verkoper op interim-basis. Dat kan een mooie oplossing zijn, maar wel met de aantekening dat lang niet alles is in te vullen met interim-sales. Als vuistregel kunt u aanhouden dat interim-sales een alternatief is voor het zelf in dienst hebben van een verkoper. Als het niet rendabel is om zelf een verkoper aan te nemen, heeft het in de regel ook geen zin om te kijken of een interim-verkoper iets voor u is.

Permitteren

Maar aannemende dat u zich kunt permitteren om een verkoper op interim-basis te bekostigen, dan is het de vraag wanneer deze stap voor uw bedrijf van pas komt. Denkt u bijvoorbeeld eens aan de volgende situaties.

■ Tijdelijke vervanging

Tijdens ziekte- of zwangerschapsverlof ligt het rayon van de betreffende verkoper stil. Het inhuren van een tijdelijke verkoper zorgt ervoor dat de klanten worden bediend en de omzet niet wegvalt. Bijkomend voordeel is dat ook de pipeline gevuld blijft. Als de eigen verkoper terug

is van verlof treft hij een netjes onderhouden klantenportefeuille aan en een goed gevulde pipeline. Denk hierbij ook aan een tijdelijk vacante positie. De vorige verkoper is vertrokken naar een nieuwe uitdaging, maar er is nog geen nieuwe aangenomen. Het inzetten van een

“ **Bepaalde periodes piekbehoefte aan salesinzet** ”

interim-verkoper zorgt dat de klanten toch aandacht krijgen en de nieuwe verkoper straks niet helemaal opnieuw hoeft te beginnen.

■ Tijdelijke piekmomenten

Soms kan een tijdelijke extra impuls voor het verkoopkanaal gewenst zijn. Bijvoorbeeld omdat er door externe invloeden een momentum is. Denk aan de periode waarin klanten van de concurrent hun contract kunnen opzeggen. Soms spelen seizoensinvloeden een rol, waardoor er in een bepaalde periode van het jaar een piekbehoefte is aan salesinzet.

■ Nieuw product of nieuwe markt

Een nieuw product lanceren of een nieuwe markt penetreren, kan extra belastend zijn voor de bestaande sales force. Zeker als nog niet duidelijk is welke aanpak u gaat volgen en hoeveel extra werk een onverhoopt succes met zich meebrengt. Wanneer u als bedrijf eerst wilt uitproberen of een bepaald product wel gaat lopen, wilt u uw vaste verkopers hier niet mee belasten. Dit gaat immers ten koste van de ‘normale’ omzet. Het kan ook zijn dat een ander product of een andere markt een andere aanpak vergt. U moet deze soms eerst ontwikkelen of uittesten. Het is de vraag of het verstandig is dit door het eigen salesteam te laten doen. Een interim-verkoper kan zaken uitproberen zonder dat de lopende verkoop er last van heeft. Zodra eenmaal duidelijk is welke aanpak u gaat hanteren en of een product of een markt rendabel is, brengt u de verkoopactiviteiten natuurlijk onder bij uw eigen verkoopafdeling. Het werk van de interimmer zit er dan op.

■ Startende organisatie

Veel startende organisaties vinden zichzelf nog te ‘klein’ om een verkoper in dienst te nemen. Er is nog geen behoefte aan een fulltimeverkoper. Soms vinden ze het ook ‘eng’. Want wat nu als de verkoper niets verkoopt? Om de stap kleiner te maken, kan een salesprofessional op interim-basis goede diensten bewijzen. Bovendien is hij vaak ook parttime inzetbaar. Zo blijven de kosten beheersbaar en kan de organisatie langzaam naar een eigen verkoper in dienstverband toegroeien. Sowieso speelt de angst om een verkoper aan te nemen vaak een rol, bijvoor-

Enkele aandachtspunten voor een vlekkeloze interim-periode

Welke aandachtspunten dient u in acht te nemen als u de inzet van een interim-salesprofessional overweegt?

■ *Selectietraject*

Hoe selecteert u de beste verkoper? Internet biedt hiervoor voldoende mogelijkheden. Maar het is belangrijk om te bepalen of iemand bij uw organisatie, uw markt, uw klanten en uw propositie past. Het is tenslotte wel uw visitekaartje, ook al is het tijdelijk.

■ *Kwalificaties*

Een belangrijk punt is dat de interim-verkoper overgekwalficeerd moet zijn voor de uit te voeren opdracht. Dit om een lange inwerkperiode te voorkomen, maar ook om een zo hoog mogelijk eindresultaat te bewerkstelligen.

■ *Pilot*

Het verdient de voorkeur om te starten met een testperiode. Doel van zo'n pilot is allereerst om te kijken welke aanpak het beste resultaat oplevert. Maar u wilt ook weten of er een resultaat haalbaar is dat rendabel is voor beide partijen.

■ *Borging informatie*

Laat de interim-verkoper alle informatie die hij opdoet, vastleggen en overdragen.

Een goed ingericht CRM biedt hiervoor in de regel voldoende mogelijkheden.

■ *Salesmanagement*

Verkopers stuurt u aan met goed salesmanagement. Voor interim-sales is dat niet anders. Soms houdt u dat zelf in handen en soms is de organisatie die de interim-verkoper levert hiervoor verantwoordelijk. Belangrijk is in ieder geval wel dat er een vorm van salesmanagement is. Zeker bij een opdracht voor langere termijn. Maak hierover dus duidelijke afspraken.

■ *Rapportage*

Het is heel normaal om wekelijks een voortgangsrapportage te ontvangen.

■ *Afrekenmodellen*

Grofweg zijn er drie mogelijke afrekenmodellen, namelijk een vast uurtarief, op commissiebasis of een combinatie van deze twee. Deze laatste vorm lijkt de redelijkste en hij past ook het beste bij het DNA van salesmensen in het algemeen. Natuurlijk is er altijd het risico dat er niets wordt verkocht en dat u uw investering kwijt bent. Dat is niet helemaal te voorkomen, maar u kunt het deels ondervangen door tussentijdse evaluatiemomenten in te bouwen. Verbind daaraan dan wel de mogelijkheid

tot contractontbinding. Een vaste fee brengt meer financieel risico met zich mee. Een volledige no-cure-no-pay-constructie leidt in de regel tot een relatie zonder enige betrokkenheid en trekt vooral veel gelukszoekers aan. Dat geldt zowel voor de opdrachtgever als voor de opdrachtnemer.

■ *Faciliteiten*

Het is cruciaal dat de zaken facilitair voor elkaar zijn. Zorg ook dat de back-officeprocessen voor de interim-verkoper draaien. Vertel de receptie bijvoorbeeld dat de salesafdeling tijdelijk is versterkt. Zo voorkomt u dat prospects die terugbellen van de receptie te horen krijgen dat ze nog nooit van de verkoper in kwestie gehoord hebben.

■ *Geen tovenaars*

Het laatste aandachtspunt is misschien wel het belangrijkste. Een interim-salesprofessional is in de regel een goede verkoper, geen tovenaars. Wanneer u als bedrijf zelf al alles heeft gedaan om iets verkocht te krijgen en dat is niet gelukt, is het de vraag of een interim-verkoper het wel kan. Belangrijk is om te waken voor irreële hooggespannen verwachtingen.

beeld wegens bijkomende kosten. Ook hier biedt een interim-salesprofessional voordeel. U hoeft dan geen leaseauto's en wat al niet meer te regelen.

■ *Eenmalig project*

Soms zijn situaties en projecten eenmalig. Hier is dus slechts tijdelijk behoefte aan versterking van de verkoopafdeling. Denk bijvoorbeeld aan een beurs. Omdat er maar een beperkte periode behoefte is aan extra mensen, is het uitbesteden van de sales voor de duur van het project de meest voor de hand liggende oplossing.

■ *Dubbele bodem*

Dan zijn er nog situaties waarin interim-sales eigenlijk helemaal niet nodig lijkt. Situaties waarin het doel van de interim-verkoper niet is om omzet te leveren maar om iets op gang te brengen. Het zijn opdrachten met een dubbele bodem. Ze worden gebracht als een normale interim-

salesopdracht, maar eigenlijk is er naast de normale doelstelling van omzet nog een andere. Denk aan een salesteam dat niet optimaal 'loopt'; de omzet blijft achter. U kunt de interim-salesprofessional dan inzetten om intern te laten zien 'dat het dus wel kan'. De dubbele agenda dient dan om intern de druk op te voeren.

Voordelen

Aan het inzetten van een interim-verkoper zitten voordelen. Interim-sales is flexibel in te zetten: parttime, een aantal dagen per week, wat u maar wilt. Maar ook is inzet van een paar maanden mogelijk. Zo kan uw organisatie dus beter inspelen op behoeften uit de markt. Veelal zijn interim-verkopers ook snel inzetbaar. Er hoeft geen werving- en selectietraject aan vooraf te gaan. Een ander voordeel is

dat u verkopers met specifieke ervaring in huis kunt halen. Tegenover deze positieve aspecten staan ook minder aantrekkelijke punten. Zo zijn de kosten van een interim-verkoper hoger dan van een verkoper in vaste dienst, om het meest voor de hand liggende punt maar direct te noemen. Daar komt bij dat u een interim-verkoper anders dient aan te sturen. Daarover moet u vooraf duidelijke afspraken maken, anders loopt het mis. En een ontegenzeggelijk nadeel van interim-sales is het ontbreken van emotionele binding met de organisatie. Dat zegt overigens niets over de bezieling waarmee iemand verkoopt, maar feit is dat een interim-verkoper een andere band heeft met uw bedrijf.

Rikkert Walbeek is oprichter van SalesXeed, www.salesxeed.com