De 7 stappen in een verkoopgesprek.

Stap 1: Begroeten

Bij de begroeting moet de verkoper de klant aankijken, pas als er oogcontact is kan de begroeting plaats vinden. Ook is het belangrijk dat de verkoper toont dat hij of zij er zin in heeft. De verkoper moet vriendelijk en behulpzaam overkomen.

Stap 2: Koopwensonderzoek.

Bij het koopwensonderzoek probeert de verkoper er achter te komen waarom de klant naar de winkel is gekomen, wat zijn koopwensen zijn. Dit doet hij door middel van vragen stellen, open vragen bij klanten die weinig zeggen, gesloten vragen bij klanten die veel praten. De verkoper kan ook keuze vragen stellen bij klanten die het moeilijk vinden om een keuze te maken. Elk koopwensonderzoek wordt afgesloten met een controlevraag. Bijv. “Dus u wil een……”.

Klant:

Probeer in je hoofd duidelijk 4 of 5 koopwensen te hebben. Bijv. bloeiende plant, voor Oma in verzorgingstehuis, mag € 10,00 kosten en geen begonia zijn. Zorg dat er ook altijd iets “niet” in mag en dat er altijd informatie bij zit waarmee de verkoper kan inspelen op de bijverkoop. In dit voorbeeld zou de bijvoorbeeld een verzorgingskaart (tegen betaling) bij kunnen of een passende ompot (makkelijk en compleet)

Stap 3: Tonen van voorbeelden.

Nadat de controlevraag is gesteld kan de verkoper voorbeelden laten zien. Via het scherm is dit natuurlijk wat moeilijk maar de verkoper kan ook “beeldend” zijn voorbeelden beschrijven.

Klant:

Stel wat vragen ter verdieping van je koopwensen. De verkoper moet hier ook zijn vakkennis tonen.

Stap 4: Tegenwerpingen weerleggen.

Klant:

Tijdens het tonen van (meerdere) voorbeelden kun je als klant je ongenoegen ergens over kenbaar maken. In dit voorbeeld wordt bijv. een rode cyclaam getoond. Je kunt dan aangeven dat Oma helemaal niet van rood houd. Of in een boeket dat “rozen altijd slap gaan hangen” .

Stap 5: Koopbesluit nemen.

De klant moet nu een koopbesluit nemen. Alleen de klant neemt het koopbesluit, niet de verkoper. Sommige klanten vinden dit heel moeilijk en vragen de verkoper om het koopbesluit te nemen “Welke zou jij kiezen”. Je kunt een klant helpen met kiezen door unieke verkoop argumenten van het product te noemen die precies passen bij de koopwensen van de klant.

Klant:

Probeer te twijfelen voordat je beslist zodat de verkopen het product nog meer kan aanprijzen (USP noemen) Bij twijfel tussen twee producten moeten de voor- en nadelen van beide producten worden genoemd.

Stap 6: Bijverkoop.

Bijverkoop is geen aansmeren, dan doe je het helemaal fout. Bijverkoop is meedenken met de klant voor het gebruik van het product zodat de klant nog meer

plezier heeft van het product of dat het product nog beter bij de koopwensen van de klant past.

Klant:

Deze actie komt helemaal vanuit de verkopen. Beoordeel op dat moment dat de verkoper met een voorstel komt of je dat een goede bijverkoop vind. Bijverkoop kost geld. Een gratis zakje bloemenvoeding is geen bijverkoop. Een passend vaasje van € 5,00 om het boeketje voor Oma mee te nemen is wel een goede bijverkoop. Denk hierbij ook aan bijv. een mooie passende kaart van € 1,25, of een speenflesje in een geboorteboeketje (kost € 1,00) , een feestelijke verpakking met lintjes en strikjes (kost € 1,50) etc.

Stap 7: Afsluiting.

Bij de afsluiting komen verschillende zaken aan de orde. Natuurlijk de verpakking en de betaling, ev. bezorgbriefjes o.i.d. Belangrijk is dat er afgesloten wordt. Ik heb ze drie zinnen voorgehouden: Bij meenemen: veel plezier met dit product. Bij ophalen later: Wij zorgen dat het product dan netjes ingepakt voor u klaar staat. Bij bezorgen: wij gaan er netjes voor zorgen dat het op tijd bezorgd word. En tenslotte: Wens ik u nog een fijne dag. (Bij rouwbloemwerk: wens ik u nog veel sterkte toe)

Klant: Laat je leiden door de verkoper. Neem niet het voortouw maar wacht af hoe de verkoper deze afsluiting aanpakt en hoe het bij jou als klant voelt.