

KLANTENTYPELOGIEËN



**Commerciële en
managementopleidingen**

VOORWOORD:

Zoals bekend is ieder mens uniek en aangezien klanten mensen zijn geldt dit ook voor hen. Iedere klant verlangt dus een eigen benadering wil je als commercieel medewerker succesvol zijn. De commercieel medewerker zal het dus helder moeten krijgen wat voor type klant hij voor zich heeft om deze vervolgens op de juiste manier te benaderen.

In dit dictaat zijn alle klantentypes verdeeld in 4 grote categorieën. Binnen deze categorieën worden de extremen besproken samen met de beste manier van benaderen. Uiteraard zijn de meeste mensen een mix van de behandelde categorieën zodat zij ook een afgestemde "behandelingsmix" nodig hebben.

LEERDOELEN:

Einddoel van deze onderwijseenheid (Verkoop 3-1):

De leerling kan:	Draagt bij tot eindterm:	Niveau:
1. Vanuit klantentypologieën de behoeften, de interesses en de financiële mogelijkheden van de klant vaststellen.	Verkoop Onderdeel: Verkoop 3	3
2. De behoeften, de interesses en de financiële mogelijkheden van de klant vaststellen m.b.v: <ul style="list-style-type: none">• Lichaamstaal¹;• Vraagtechnieken¹;• Luisteren¹;• Telefonische communicatie².	Verkoop Onderdeel: Verkoop 3	3

- 1 Lichaamstaal, vraagtechnieken en luisteren worden in Verkoop 3-2 (Verbale en non-verbale communicatie) behandeld.
- 2 Telefonische communicatie wordt in Verkoop 3-3 (Telefonische communicatie) behandeld.

INHOUDSOPGAVE:

1. TYPOLOGIE VAN DE KLANT:	4
1.1 PERSOONLIJKHEID:	4
1.2 GEDRAG:	4
1.3 FACTOREN EN HERKENBAARHEID:	5
1.3.1 VAK A; DE HEER DWARSLIGGER:	7
1.3.2 VAK B; DE HEER ZWIJGSMA:	9
1.3.3 VAK C; DE HEER GULLEMANS:	11
1.3.4 VAK D; DE HEER TEUTMANS:	13
1.4 NAWOORD:	15

1. TYPOLOGIE VAN DE KLANT:

1.1 PERSOONLIJKHEID:

Elke klant heeft zijn eigen persoonlijkheid. Wanneer we proberen het begrip persoonlijkheid te omschrijven, komen we terecht bij drie onlosmakelijk met elkaar verbonden delen.

1 Het dominante deel:

Dit wordt mede bepaald door allerlei gebeurtenissen die wij in onze vroegste kinderjaren hebben waargenomen. Alle handelingen en uitspraken die we van onze opvoeders en andere personen die invloed op ons hadden, hebben gezien en gehoord.

In dit deel van onze persoonlijkheid zitten onze opvattingen over "goed" en "kwaad" en over "hoe het hoort". Ook allerlei erfelijke factoren spelen hier mee.

2 Het verstandelijke deel:

Dit gedeelte van onze persoonlijkheid stelt ons in staat om redelijk te denken, te herinneren, te combineren en te analyseren. Ook kunnen we hiermee bepaalde bestaande (oude) opvattingen en ideeën toetsen aan de werkelijkheid van nu, waarna we ze eventueel kunnen "bijstellen".

3 Het sociale deel:

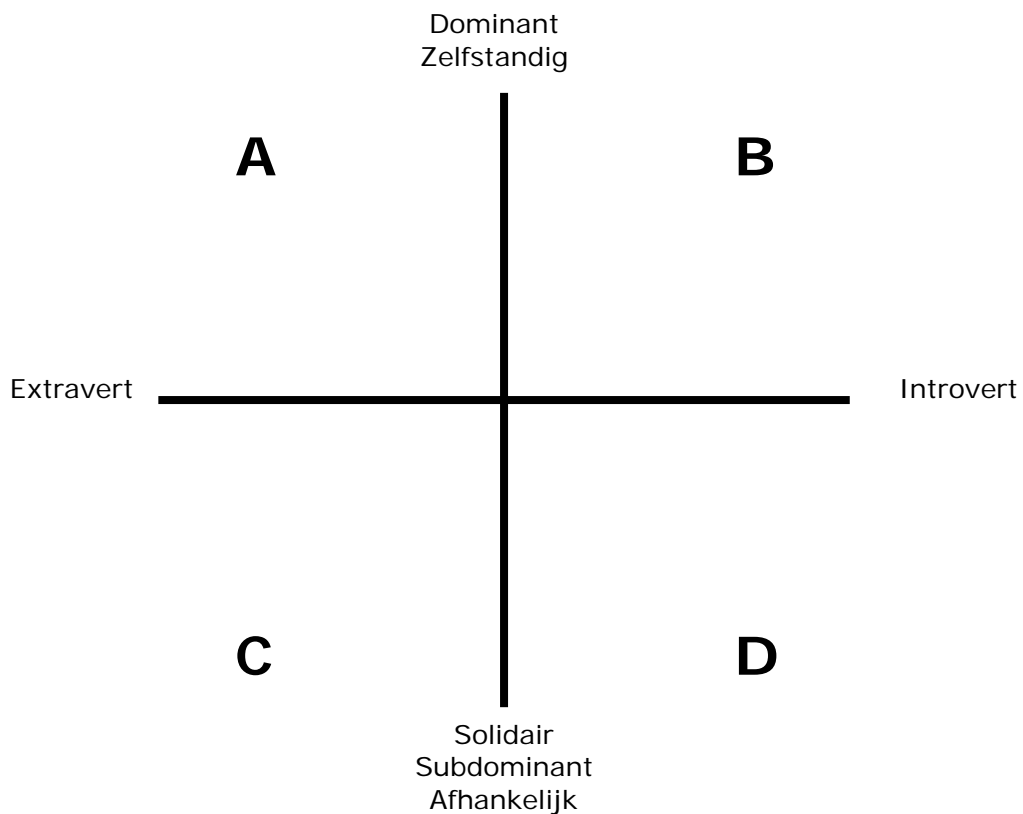
Dit gedeelte van onze persoonlijkheid bevat gevoelens en indrukken die we vanaf onze geboorte registreren. In feite bevat het al onze emoties. Veel van deze emoties zijn gekoppeld aan de ervaringen die in het dominante deel van onze persoonlijkheid zijn opgeslagen, doordat ze in onze vroege kinderjaren min of meer tegelijk zijn geregistreerd. Het sociale gedeelte bevat ook eigenschappen, zoals nieuwsgierigheid, creativiteit, onderzoeken en kennis vergaren.

Bovengenoemde drie delen van onze persoonlijkheid **vormen altijd tezamen** de grondslag van ons gedrag zoals anderen dat waarnemen. Bij elk mens ligt de onderlinge verdeling van de drie onderdelen anders. De één zal meer dominant overkomen, terwijl een ander juist creatief en emotioneel overkomt.

1.2 GEDRAG:

Om gedrag te kunnen herkennen moeten we het enorme aantal menselijke gedragingen ordenen. Dat levert veel problemen op, want als we proberen een bepaald gedrag ergens in te delen, blijken er meteen enorm veel uitzonderingen te bestaan.

Wanneer we ervan uitgaan dat ons gedrag voortkomt uit de drie delen van onze persoonlijkheid, kunnen we weer werken met dezelfde assen als bij de typologie van de commercieel medewerker (zie volgende bladzijde).



De verticale as geeft aan in hoeverre iemand overheersend, zelfstandig of dominant is of juist ondergeschikt, solidair, afhankelijk ten opzichte van een ander gedraagt. Deze as heeft dan ook de woorden **dominant** en **solidair** aan de uiteinden staan. Deze verticale as wordt ook wel de **dynamische gedragslijn** genoemd.

Op **de horizontale as** wordt aangegeven in hoeverre, iemand zich sociaal, meegaand, coöperatief dan wel afstandelijk, afwerend, weinig sociaal opstelt ten opzichte van een ander. Aan de uiteinden van deze as staat **extravert** en **introvert**. De horizontale as wordt ook wel de **statische gedragslijn** genoemd.

Net als bij de typologie van de commercieel medewerker ontstaan zo vier vakken. Elk vak vertegenwoordigt een bepaald aantal gedragskenmerken. De "bewoners" van de vier vakken hebben we wederom toepasselijke namen gegeven.

1.3 FACTOREN EN HERKENBAARHEID:

Afhankelijk van externe en interne factoren zal een bepaalde gedragsuiting zichtbaar worden. Enkele van deze factoren zijn: aanleg, de personen met wie wordt gecommuniceerd, de omgeving waarin iemand zich bevindt en de situatie van het moment. De meeste mensen hebben echter een bepaald herkenbaar voorkeursgedrag. Ze laten overwegend **dominant**, **verstandelijk** (lijkt vaak afstandelijk) of **sociaal** gedrag zien.

- Mensen met een **dominant gedrag** zijn strijdlustig. Ze hebben of nemen graag de leiding. Ze denken in win- en verliessituaties. Ze hebben een grote geldingsdrang. In contacten met anderen stellen ze in feite steeds een verborgen vraag: "**Vind je me goed?**"
- Mensen die een meer **verstandelijk gedrag** laten zien, zijn wat teruggetrokken, omdat zij liever met zaken dan met mensen bezig zijn. Ze werken efficiënt, maar graag op de achtergrond. Ze hebben een lage (zichtbare) geldingsdrang. Hun verborgen vraag luidt: "**Denk je logisch?**"

Wanneer we naar meer sociaal gedrag kijken valt op dat dit gedrag gekenmerkt wordt door het tonen van emotie. Daarbij kunnen we nog een splitsing maken in **sociaal extravert** en **sociaal introvert**.

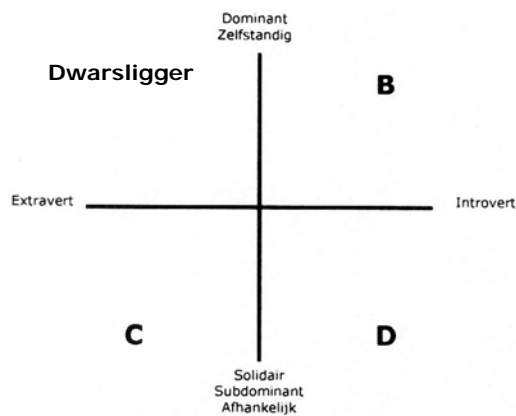
- Mensen met een **sociaal extravert gedrag** houden van een gemoedelijke sfeer. Ze leven sterk mee met andere mensen, willen het anderen graag naar de zin maken en uiten hun gevoel snel. Saamhorigheid, vriendschap, plezier en gemak in het leven zijn belangrijke aspecten van dit gedrag. De verborgen vraag: "**Leef je mee?**"
- **Sociaal introvert gedrag** wordt niet alleen gekenmerkt door vriendelijkheid, meelevendheid, maar ook door afwachtendheid en de neiging tot uitstellen. Ze uiten zich niet zo snel. Mensen die dit gedrag laten zien stellen prijs op een vertrouwensrelatie, op omgaan met mensen waar ze van op aan kunnen. De verborgen vraag: "**Kan ik je vertrouwen?**"

Alleen door veel ervaring kan iemand zich bekwamen in het direct herkennen van de verschillende gedragsvormen. Voor een medewerker die met klanten te maken heeft is dit herkennen in feite noodzakelijk. Herkenning van een bepaald gedrag zal de waarschijnlijkheid van een passende reactie vergroten. Omdat het juist om de eerste indrukken gaat, is dat in het verkoopgesprek enorm belangrijk.

Op de volgende bladzijden beschrijven we enkele **extreem getypeerde** klanten. Het betreft de mensen die qua gedrag aan de uiteinden van de assen vertoeven.

In de praktijk zal een commercieel medewerker zich zo snel mogelijk een beeld moeten vormen van het type klant dat hij ontmoet. De volgende typologieën kunnen daarbij een handig hulpmiddel zijn.

1.3.1 VAK A; DE HEER DWARSLIGGER:



Tussen de extremen dominant en extravert vinden we een echte dynamische klant. Dwarsligger heeft een absoluut overheersend karakter. Tijdens het adviesgesprek zal hij dan ook het initiatief willen nemen en houden. Hij hoort zichzelf graag praten en is vooral overtuigd van zijn kennis en capaciteiten. In zijn vakgebied is hij ongetwijfeld een "autoriteit". Dwarsligger is op zich een eerlijke klant. Vaak impulsief en een beetje ongepolijst in zijn gedrag.

Dwarsligger zal een aantal van de volgende karaktereigenschappen hebben:

- Dominant;
- Zelfstandig;
- Extravert;
- Eigenwijs;
- IJdel;
- Slagvaardig;
- Ambitieuus;
- Weinig geremd.

Waarom komt de heer dwarsligger naar het autobedrijf?

Dwarsligger zal altijd met goede koopmotieven komen. Hij heeft vooraf thuis al de diverse typen en mogelijkheden bestudeerd. In feite weet hij wat hij wil hebben.

Zijn slagvaardig karakter maakt hem tot een snelle beslisser.

Hij heeft berekend wat een auto kost en weet dat de diverse merken in dat opzicht nagenoeg gelijke aanbiedingen hebben.

Belangrijk is dat de auto een uitstraling heeft die past bij zijn positie in de samenleving. Technische zaken zullen hem minder interesseren. Luxe en comfort, gecombineerd met gunstige cijfers betreffende levensduur, veiligheid en brandstofverbruik spreken hem aan. Dwarsligger houdt van opschieten en zal acceleratie ook belangrijk vinden.

Samenvatting koopmotieven:

- Status;
- Luxe en comfort;
- Service en garantie;
- Gunstige exploitatie.

De heer Dwarsligger zal een medewerker altijd goed bestuderen. Hij zal deskundig moeten zijn, anders haakt Dwarsligger meteen af. Een zakelijke, open opstelling is daarom het beste. Geen omwegen, maar gewoon recht op het doel af. Wanneer Dwarsligger de ruimte krijgt, zal hij zelf vlot de beslissing nemen.

Gevoel dat Dwarsligger oproept:

Verzet, minachting, soms bewondering of respect.

Normale reacties op een Dwarsligger:

- Tegenspreken, gelijk willen hebben, verzetten, je laten gelden;
- Toegeven, stroopsmeren, ontzag tonen;
- "Laat maar waaien" houding, laten kletsen, in de maling nemen;
- Overenthousiast zijn, meedoen.

Gewenste reacties op een Dwarsligger:

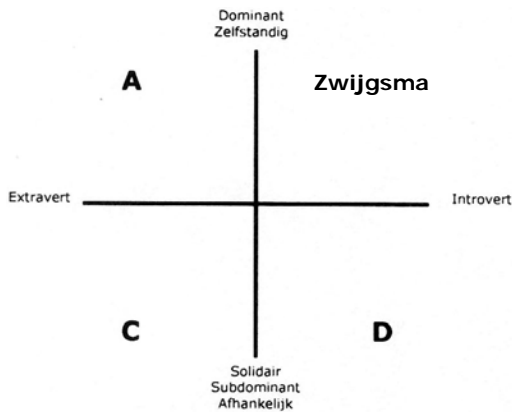
Heel licht domineren door:

- Deskundigheid;
- Zelfvertrouwen uitstralen;
- Uit laten praten;
- Complimenteren;
- Bewonderen;
- Voorwaardelijk instemmen;
- Vragen naar mening en advies;
- Saamhorigheid zoeken;
- Zakelijk blijven.

Ten slotte nog kort de **aan- en afraders** voor het type Dwarsligger:

WEL DOEN:	NIET DOEN:
OPEN VRAGEN STELLEN	VEEL PRATEN
ZAKELIJK OPSTELLEN	DE DISCUSSIE AAN GAAN
EERLIJK ZIJN	SLIJMEN
SERVICE BIEDEN (bijv. leenauto)	
OPSOKKELEN	

1.3.2 VAK B; DE HEER ZWIJGSMA:



Ook de heer Zwijgsma is een zeer dynamische figuur. Zonder iets te zeggen weet hij een sterke autoriteit uit te stralen. Zijn grote wapen is zwijgen. Ook hij zal de medewerker eerst goed observeren. Hij heeft vaak al een beeld van iemand gevormd voordat er een woord gewisseld is. Wanneer die eerste indruk niet goed is, zal zaken doen met Zwijgsma nog moeilijker worden dan het al is.

Zwijgsma zal een aantal van de volgende karaktereigenschappen hebben:

- Dominant;
- Introvert;
- Gesloten;
- Gereserveerd;
- Berekenend;
- Besluitvaardig;
- Trouw als klant;
- Intelligent.

Waarom komt de heer Zwijgsma naar de showroom?

Net als Dwarsligger heeft Zwijgsma alles al lang op een rijtje gezet. Hij heeft thuis al besloten welke auto hij wil kopen. Vermogen en luxe interesseren hem niet zoveel. Veiligheid staat wel hoog op het lijstje met verlangens. Bovenal zal Zwijgsma echter geïnteresseerd zijn in gegevens betreffende de levensduur, de service en de exploitatie van zijn auto.

Zwijgsma heeft thuis al een oordeel gevormd en heeft zich mogelijk al georiënteerd bij de concurrent. Hij weegt de verschillende aanbiedingen tegen elkaar af, waarbij de prijs niet het belangrijkste argument zal zijn. Wanneer de medewerker de argumenten van zijn concurrenten goed kent, zal hij er met tegenargumenten op in kunnen spelen.

Samenvatting koopmotieven:

- Service en exploitatie;
- Veiligheid;
- Voordeel (niet alleen geldelijk).

De commercieel medewerker zal zich tegen een Zwijgsma goed moeten wapenen. De klant heeft immers al zijn mening gevormd. Hij wacht in feite alleen maar op de bevestiging van zijn terechte beslissing. Hij zal het moment van benaderen goed moeten timen.

Gevoel dat Zwijgsma oproept:

Ontzag, verzet, bewondering, minachting, ongeduld, sympathie.

Normale reacties op een Zwijgsma:

- Ontzag tonen, stroopsmeren;
- Discussie afdwingen, praten;
- Overrompelen, pressen;
- Af gaan op één woord.

Gewenste reacties op een Zwijgsma:

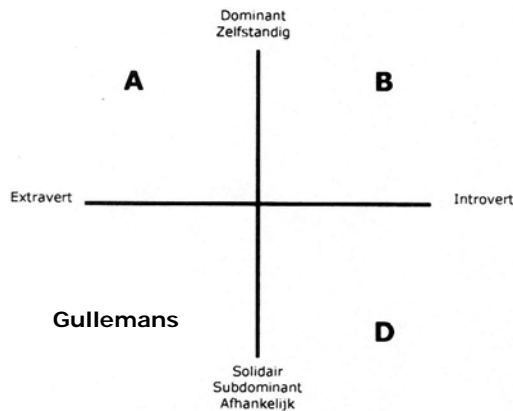
Vertrouwen winnen door:

- Op gemak stellen;
- Rust en geduld uitstralen;
- Zelfvertrouwen tonen;
- Samen beslissingen nemen;
- Aanbevelingen en garanties;
- Zakelijk blijven.

Tot slot nog de **aan- en afraders** voor een klant type Zwijgsma.

WEL DOEN:	NIET DOEN:
OPEN VRAGEN STELLEN	VEEL OF LANG PRATEN
ZAKELIJK EN OPRECHT REAGEREN	BANG ZIJN VOOR STILTES
MEEZWIJGEN	

1.3.3 VAK C; DE HEER GULLEMANS:



Gullemans uit vak C is een heel gezellige kletskaus zolang het maar niet over zaken gaat. Hij wil altijd nog een kopje koffie en weet probleemloos met alles en iedereen mee te praten. Hij is vooral erg blij met een schriftelijke offerte, waar bij thuis nog eens over kan nadenken.

Gullemans zal een aantal van de volgende karaktereigenschappen hebben:

- Extravert;
- Afhankelijk;
- Solidair;
- Joviaal;
- Gezellig;
- Oppervlakkig;
- Veel beloven, weinig doen;
- Allemansvriend;
- Amicaal;
- Besluiteloos.

Waarom komt de heer Gullemans naar de showroom?

Gullemans is zo iemand die een andere auto gaat kopen omdat zijn buurman er ook één heeft gekocht. Hij wil liefst ook iets groter dan zijn buurman. De auto moet dan ook voorzien zijn van zoveel mogelijk zichtbare toeters en bellen. Voor de gezellige weekends en vakantie heeft Gullemans veel bagageruimte nodig. Pech onderweg is een ramp voor Gullemans. Hij zal dan ook zoeken naar betrouwbaarheid, goede service (met een servicenetwerk in binnen- en buitenland).

Gullemans zoekt zo snel mogelijk een "vriend" bij het bedrijf.

Samenvatting koopmotieven:

- Uitstraling;
- Betrouwbaarheid;
- Service;
- Accessoires;
- Iets meer dan buurman.

De adviseur zal Gullemans duidelijk moeten sturen naar de koopbeslissing. Gullemans zal allerlei excuses bedenken om vandaag nog niet te beslissen. Door hem met onweerlegbare argumenten vast te pinnen zal Gullemans zich graag laten "dwingen" tot een beslissing.

Gevoel dat Gullemans oproept:

Twijfel, geen contact kunnen maken

Normale reacties op een Gullemans:

- Overbluffen, kennis spuien;
- Selectief luisteren, overhaaste conclusies trekken, over bijzaken praten, ongestructureerd presenteren.
- Sociaal en onzakelijk praten en optreden, stiltes volpraten, afdwalen.

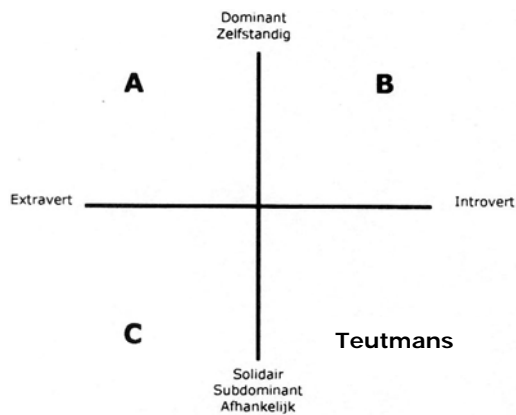
Gewenste reacties op een Gullemans:

- Logisch, feitelijk en onpersoonlijk zijn;
- Zakelijk blijven, objectief zijn;
- Structureren, onderbouwen met gegevens;
- Voordeel, kwaliteit en efficiency in de argumenten benadrukken.

Tot slot nog de **aan- en afraders** voor een klant type Gullemans.

WEL DOEN:	NIET DOEN:
VASTPINNEN OP VAGE TOEZEGGINGEN	MEEGAAN MET VAGE BELOFTES
REGELMATIG CONTACT ZOEKEN	MEEKLETSEN
TER ZAKE BLIJVEN	

1.3.4 VAK D; DE HEER TEUTMANS:



Wanneer een type Teutmans de showroom binnenloopt vluchten de medewerkers het liefst meteen weg. Teutmans zegt nagenoeg niets en durft al helemaal geen beslissingen te nemen. Hij is afhankelijk, wantrouwend en in zichzelf gekeerd.

Teutmans zal een aantal van de volgende eigenschappen hebben.

- Subdominant;
- Afhankelijk;
- Introvert;
- Weifelend;
- Argwanend;
- Besluiteloos.

Waarom komt de heer Teutmans naar de showroom?

Teutmans komt in feite natuurlijk ook naar de showroom om een auto te kopen. Zijn besluiteloze aard speelt hem echter parten. Hij heeft vooraf al nagedacht over de auto die hij kan en wil kopen, maar een echte keus heeft hij nog niet kunnen maken.

Teutmans komt naar de garage omdat hij weet dat zijn auto een onderhoudsbeurt nodig heeft. Maar gaat hij dat bij jullie doen of bij iemand anders. Een keus kan hij moeilijk maken.

Hij wil het liefst van de medewerker te horen krijgen welke auto voor hem het geschiktst is. Maar dat moet hij dan wel kunnen controleren. Vaak heeft hij een vertrouwenspersoon meegenomen (de man die "verstand van auto's" heeft) wiens advies hij opvolgt.

Hij wil overtuigt worden dat de service die verleent wordt goed is.

Wanneer Teutmans eenmaal zijn vertrouwen heeft geschonken, zal hij niet snel meer afhaken. Het zijn de trouwste klanten.

Teutmans wil een solide, betrouwbare auto zonder veel overbodige extra's. Persoonlijke service is erg belangrijk.

Samenvatting koopmotieven:

- Betrouwbaarheid;
- Persoonlijke service;
- Degelijkheid.

Voor Teutmans zijn vertrouwenspersonen die meedenken erg belangrijk. De verkoper doet er dan ook goed aan die in het gesprek te betrekken. Een eerlijke, open opstelling is in ieder geval belangrijk om Teutmans' vertrouwen te winnen.

Gevoel dat een Teutmans oproept:

Ongeduld, sympathie, medelijden, onbelangrijk vinden.

Normale reacties op een Teutmans:

Ongeduldig worden, pressen.

Gewenste reactie op een Teutmans:

- Vertrouwen winnen;
- Sturend optreden;
- Woorden in de mond leggen;
- Helpen bij moeilijke beslissingen;
- Samen iets bekijken;
- Verwijzen naar vertrouwenspersonen en garanties;
- Referenties geven;
- Veiligheid en zekerheid bieden.

Ten slotte ook voor een klant type Teutmans de **aan- en afraders**.

WEL DOEN:	NIET DOEN:
VRAGEN STELLEN	DRUK UITOEFENEN
FAMILIE EN KENNISSEN ER IN BETREKKEN	OVERDONDEREN
VERTROUWEN WINNEN	
GEDULD HEBBEN	

1.4 NAWOORD:

De genoemde figuren zijn uiteraard **extremen**. Het besproken gedrag is zeer herkenbaar. De commercieel medewerker zal enorm voorzichtig moeten zijn bij het inschatten van de klant. Iedereen heeft de neiging om een eerste indruk te willen vasthouden.

Hij zal tijdens het verdere adviesgesprek voortdurend zijn beeld van de klant moeten bijstellen.

Een mens laat zich nou eenmaal niet zo makkelijk in een hokje plaatsen. Iemand die als een echte Zwijgsma binnenkomt kan toevallig zijn bui niet hebben en hij kan na een kop koffie omzwaaien tot een regelrecht Gullemans gedrag!

DE COMMERCIEEL MEDEWERKER:

Natuurlijk kunnen we ook de commercieel medewerker in deze vier vakjes plaatsen. Hij is tenslotte ook maar een mens! In feite is het type **Dwarsligger** het meest geschikt als commercieel persoon. Hij zal zich in een zaak vastbijten tot hij de order binnen heeft.

Tegenover de verschillende typen kopers zal hij zich echter anders moeten opstellen. Daarvoor moet hij zijn eigen aard wel eens geweld aandoen. Een introverte opstelling is in eerste instantie altijd nodig om de klant te laten acclimatiseren.

De klanten Dwarsligger en Zwijgsma zullen geen Dwarsligger als medewerker accepteren. Gullemans zal het wel prettig vinden, maar Teutmans vindt hem weer veel te opdringerig. Voor de commercieel medewerker geldt altijd de vraag: **“Hoe gedraagt de klant zich op dit moment tegenover mij?”**