Thema Handel: *Klantgericht handelen*

Docentenversie





Landbouwbreed

Clusius College Schagen

4e klas, KB & BB

1. ***Gedrag van consumenten: 15 minuten***

Bekijk samen de volgende video:

<http://www.uitzendinggemist.nl/afleveringen/1102330>

Beantwoord vervolgens de onderstaande vragen.

1. Wat is marketing?

*Alles wat een bedrijf doet om de verkoop te bevorderen.*

1. Via welke kanalen wordt er allemaal reclame gemaakt?

*Bladen, kranten, tv, radio, internet, op straat.*

1. Wat is het grote voordeel van reclame maken via social media (Facebook, Twitter)?

*Mensen geven zelf aan of ze de berichten willen volgen of niet, Zo komt de producent direct bij zijn doelgroep.*

1. Hoeveel geld wordt er per jaar besteed aan marketing?

*10 miljard euro, 600 euro per inwoner.*

1. Hoeveel % van ons salaris gaven we na de oorlog uit aan voedsel?

*50-60%*

1. En hoeveel is dat tegenwoordig?

*10 %*

1. Welke 5 trucs van de levensmiddelen industrie staan er op de schijf van misleiding, van Foodwatch?
* *Onzin-marketing*
* *Gezondheidsclaims/ speciaal voor kinderen*
* *Overbodige* *ingrediënten*
* *Winstmarges*
* *Creatief omgaan met regels*
1. Vertel in je eigen woorden hoe de band uit het filmpje reclame voor zichzelf maakt.
2. Wanneer was de eerste reclame op tv?

*1967*

1. Hoe heet het wanneer producten expres zichtbaar zijn in een serie of film?

*Product placement/sluikreclame*

1. Wat doet de reclame code commissie?

*Beoordeeld of reclame uitingen wel of niet goed zijn.*

1. Beantwoord de vraag uit het filmpje: Wordt **jij** beïnvloed door reclame?
2. ***Verkopen en telefonische order: 65 minuten***

*Extra achtergrond informatie. Deze kan door de docent verteld worden aan de leerlingen, of samen doorgelezen worden.*

**Hoe voer je een verkoopgesprek?**

Heb je wel eens in de spiegel gekeken hoe je eruitziet? Goed verzorgd, eenvoudig opgemaakt, gekamde haren, gewassen en geschoren?

Ik maak zelf wel uit hoe ik eruit zie, zul je zeggen. Natuurlijk, daar heb je gelijk in, maar dat betekent niet dat je er als verkoper stijlloos en onverzorgd kunt uitzien. Zeker in een bloemenwinkel verwachten klanten sfeer en stijl. Je uiterlijk is het visitekaartje van de winkel zijn. Ook je houding en je stem zijn in dat opzicht erg belangrijk.

Vaak weet je je, vooral in het begin, met je houding geen raad. Je sloft op de klant af of je loopt er zo direct op af dat het lijkt alsof je hem wilt arresteren. En waar laat je je handen? Maar niet alleen een beginnend verkoper heeft daar moeten mee. Ook mensen die al jaren verkopen zie je fouten maken. Fouten als:

* spreken als een automaat: alstublieft…dank u wel… verder nog iets?
* de klant niet aankijken in het gesprek;
* met een gezicht van ‘Wie komt me nou weer storen’ de klant benaderen;
* nog nalachend over een mop de klant aanspreken.

In een verkoopgesprek komen een aantal onderdelen naar voren:

* De begroeting
* De bedoeling onderzoeken
* Verschillende mogelijkheden bieden
* Verschillende prijsklassen tonen
* Adviezen geven
* Bijverkoop bevorderen
* Verwerking en verpakking van het product verzorgen
* De afhandeling

In de praktijk lopen deze stappen door elkaar of ontbreken gedeeltelijk. De tijd per stap verschilt per bedrijf en per klant.

**Begroeting**

Er is een aantal begroetingen: Goedemorgen, Goedemiddag, Kan ik u helpen?

De begroeting is het eerste contact met de klant. De toon en woordkeuze verschillen per zaak, In een ‘volkszaak’ benader je klant anders dan in een elitezaak.

Belangstelling, vriendelijkheid en hulpvaardigheid worden door iedereen gewaardeerd. Probeer zoveel mogelijk variatie aan te brengen in taalgebruik en intonatie.

Ook als je met een klant bezig bent en er komt iemand binnen begroet je de binnenkomende klant. Hiermee laat je blijken dat je zijn komst op prijs stelt.

D**e bedoeling onderzoeken**

Als je de klant begroet hebt, gaat het gesprek verder. De klant wil iets en jij moet er achter komen wat. Je hebt dan te maken met verschillende soorten klanten:

* een klant die precies weet wat hij wil;
* of een klant die nog niet weet wat hij wil.

Bij een klant die al precies weet wat hij wil, ben je snel klaar. Maar een klant die het nog niet weet, wil van jou advies hebben. Hoe pak je dat aan?

De prijs is bijzonder belangrijk, maar ook het doel (waar komt het te staan, is het voor de klant zelf of is het een cadeau) en de smaak.

Het hangt van de situatie af waar je mee begint met vragen. Meestal kom je al heel veel te weten als je vraagt waar het voor bestemd is. Ook de vraag of de klant al iets gezien heeft wat hem aanspreekt, kan een stap in de goede richting zijn. Vraag niet meteen naar een prijs.

**Verschillende mogelijkheden bieden**

Je moet de klant mogelijkheden aanbieden. Als je te veel aanbiedt, ziet hij door de bomen het bos niet meer. Beperk je daarom in eerste instantie tot drie tot vijf mogelijkheden. Aan het commentaar merk je wel of je in de goede richting zit. De dingen die niet in de smaak vallen, zet je direct opzij. Dat maakt de uiteindelijke keuze makkelijker.

**Verschillende prijsklassen tonen**

Prijsklassen hangen heel nauw samen met het voorgaande. Door goed op de gebaren en woorden van de klant te letten, heb je vaak al een idee in welke richting de prijs komt te liggen. Breng een klant nooit in een situatie, waarin hij alleen maar uit dure bloemstukken kan kiezen.

**Adviezen geven**

Geef informatie over het product. Probeer hierbij alle zintuigen van de klant in te schakelen. Dat wil zeggen dat je de klant laat lezen, luisteren, kijken en dingen laat zeggen of zelf laat doen. Hoe meer zintuigen je inschakelt, hoe meer de klant ervan zal onthouden. De klant moet overtuigd worden. Je vertelt waarom het aangeboden product het beste aan de wensen voldoet. Geef duidelijk aan waar verschillen in zitten. Niet door een ander product af te kraken, maar door de extra’s te noemen. Bijvoorbeeld de houdbaarheid, het formaat, de stijl, de zeldzaamheid, de kwaliteitprijsverhouding, modegevoeligheid, kleur, et cetera.

**Bijverkoop bevorderen**

Als een klant een product koopt, kun je als verkoper nog proberen er iets meer bij te verkopen. Je vestigt de aandacht van de klant op artikelen waar hij nog niet aan gedacht heeft. Je kunt bijvoorbeeld als je een boeket of een plant verkoopt, de klant adviseren om een fles bloemen- of plantenvoeding te kopen. Je kunt ook vragen of de klant er al een geschikte vaas of pot er voor heeft.

**Verwerking en verpakking van het product verzorgen**

Ter afsluiting moet je het product netjes verzorgen. Controleer eerst of de ondergrond helemaal heel is en of er geen beschadigde bladeren zijn. Kijk ook of het prijsje eraf is. Pak vervolgens het product in. Hoe je dit goed doet, leer je bij de module ‘Inpakken’. Bedenk wel dat het eerste doel van inpakken is dat het product de reis naar huis zo goed mogelijk overleeft. Een ander doel is reclame maken voor de zaak.

**De afhandeling**

Bij de afhandeling horen het afrekenen en het afscheid nemen. Het afrekenen leer je in een andere module. Het nemen van afscheid is een belangrijk onderdeel van het verkoopgesprek. Al is de echte aankoop al gedaan. Met het afscheid nemen laat je een laatste indruk achter bij de klant. Een goed afscheid kan ervoor zorgen dat een klant nog eens bij je terugkomt. Zorg ervoor dat de klant de winkel met een positief gevoel verlaat.

Wacht tot de klant weg is voordat je je werk weer oppakt. De klant moet niet denken dat hij ongelegen kwam.

###### Het stellen van vragen

Een veelgebruikte vraag is: “Kan ik u helpen of wilt u even rondkijken?” Dit is een vraag waar heel veel mensen op zullen antwoorden: “Nee dank u, ik kijk even rond”.

De kunst is om een goede vraag te stellen om een verkoopgesprek aan te kunnen knopen.

Aan een klant vragen, “ Goedemorgen mevrouw, *waarmee* kan ik u helpen?” is al iets heel anders. De klant zal in dit geval minder snel je hulp afslaan.

*Keuzevragen*

Keuzevragen geven de klant mogelijkheid om uit meerdere dingen te kiezen. Bijvoorbeeld: “Wilt u lange rozen of korte?” of: “Houdt u van veel kleur of heeft u liever een boeket in een kleur?”

Keuzevragen hebben vele voordelen:

* de klant ervaart dit als een persoonlijke manier van verkopen;
* je toont als verkoper interesse in de klant;
* je geeft informatie en je krijgt informatie terug van de klant;
* je toont respect voor de wensen van de klant;
* je voorkomt ontwijkende antwoorden;
* je bent niet opdringerig;
* je bent actief bezig in plaats van afwachtend.

*Suggestieve* *vraag*

Met een suggestieve vraag kun je proberen de klant tot een uitspraak te verleiden. “Dit is een mooie kleurencombinatie, nietwaar?”.

*Open* *vragen*

Met open vragen probeer je de klant aan het woord te krijgen. Het zijn vragen die niet beantwoord kunnen worden met ja of nee. “U zoekt een leuk boeket, welke kleuren hebben uw voorkeur?”

Ter controle of als samenvatting kun je af en toe een vraag stellen als:

“Dus als ik het goed begrijp wilt u…?”

“U denkt in de eerste plaats aan…?”

Het doel van een verkoopgesprek is dat de verkoper de klant helpt. Dit kan zijn door advies te geven of te helpen een keuze te maken Je geeft de klant tijd om rond te kijken, maar ook om vragen te stellen en advies te krijgen. Als de verkoper hier niet voldoende tijd voor neemt, krijgt de klant het idee dat hij niet welkom is. Het gevolg kan zijn dat de klant de volgende keer naar een andere bloemenwinkel gaat.

1. ***Mode: 45 minuten***

Bekijk de klokhuis aflevering:

<http://www.ntr.nl/player?id=immix_975453>

Vervolgens maken de leerlingen een collage over mode. Gebruik hiervoor modetijdschriften waar je uit mag knippen.

Wat is er nu echt in? En hoelang denk je dat dit in blijft? Probeer het contrast op te zoeken tussen tijdelijke items en tijdloze items.

1. ***Verpakken: 45 minuten***

### Deze theorie is optioneel. Het is vrij droog. Misschien leuk om de high-lights eruit te halen.

De rest van de tijd zou ik besteden aan het creatief verpakken van een aantal cadeautjes.

### Verpakkingen

Iedereen kan wel producten noemen die verpakt zijn. Maar er worden ook dingen verpakt waar je niet zo snel bij stilstaat. Bijvoorbeeld een kostbaar schilderij van Rembrandt dat vervoerd moet worden. Voor zo’n bijzonder schilderij wordt een speciale kist gemaakt. Die kist wordt zo gemaakt, dat het schilderij niet kan bewegen en beschadigen. Op bijna dezelfde manier worden ook levende dieren ‘verpakt’. Denk maar eens aan renpaarden die per vliegtuig vervoerd worden. Zelf ben je ook verpakt. Elke dag bescherm je jezelf en versier je jezelf door kleding aan te trekken. Bij sport zijn de kleuren van je verpakking belangrijk. Aan die kleuren kun je zien bij wie je hoort.

In de winkels is bijna alles verpakt. Deze verpakkingen noem je consumentenverpakkingen. De winkelier krijgt deze verpakkingen in transportverpakkingen aangeleverd. Dat zijn grote verpakkingen waar een aantal consumentenverpakkingen in vervoerd worden.

Fabrikanten maken handig gebruik van verpakkingen door er veel informatie op te zetten. Naast de verplichte informatie zetten ze er allerlei informatie op om een doos mooier te maken. Bijvoorbeeld in de vorm van tekeningen en foto’s. Hoe aantrekkelijker de fabrikant de verpakking maakt, des te beter zal het product verkopen. Fabrikanten maken ook veel gebruik van kleuren. Vaak kun je al raden wat er in een verpakking zit door er alleen al naar te kijken. Zo zijn schoonmaakmiddelen vaak verpakt in frisse kleuren, bijvoorbeeld helder blauw, groen, rood, wit en geel.

De herkenbaarheid van producten is belangrijk. Daarom zetten de fabrikanten het merk met het logo op de verpakking. Daaraan kun je het verschil zien tussen Pepsi cola en Coca cola. Ze zitten allebei in dezelfde soort fles, maar door het merk en de kleurstelling van de verpakking zie je het verschil.

Wie in een supermarkt iets koopt, betaalt niet alleen voor de inhoud. Ook de verpakking kost geld. De meeste verpakkingen gooi je na gebruik weg. Dat zijn verpakkingen voor éénmalig gebruik. Elke Nederlander gooit per jaar ongeveer 80 kilo verpakkingsmateriaal weg. Dit is ongeveer 12 vuilniszakken vol. In heel Nederland zijn dit 200 miljoen zakken! Je kunt je voorstellen hoe belangrijk het is om zuinig te zijn met verpakkingen. Zo spaar je het milieu en uiteindelijk ook kosten.

Nieuwe verpakkingen maken, kost veel geld en veel nieuwe grondstoffen. Voor karton moeten bomen worden gekapt. Glas wordt gemaakt in hete ovens die veel energie kosten. Dit alles is een behoorlijke belasting van het milieu. Als oude verpakkingen worden weggooit, gaan de grondstoffen en de gebruikte energie geheel verloren. De overheid heeft een aantal afspraken gemaakt met fabrikanten om minder energie en grondstoffen te verbruiken. Door hergebruik en slimme verpakkingen kunnen kosten en het milieu worden gespaard.

Het glas dat je naar de glasbak brengt, wordt hergebruikt. Er worden nieuwe potten en flessen van gemaakt. Metaal hoef je niet in aparte containers te gooien, maar wordt wel hergebruikt. Met grote magneten worden alle metalen uit het huisafval gehaald. Het wordt vervolgens omgesmolten en is klaar voor een nieuwe bestemming. Ook karton en papier zijn gemakkelijk te recyclen. In Nederland worden de kartonnen verpakkingen voor 90% van gerecycled materiaal gemaakt. Producenten onderzoeken voortdurend hoe ze zo milieuvriendelijk verpakkingen kunnen maken. Ze verpakken steeds meer in papier en karton en steeds minder in kunststof. Ook komen er steeds meer navulverpakkingen. Er komt zo een steeds beter evenwicht tussen gebruikers en het milieu.

|  |
| --- |
|  |