**Herkennen van de koopbehoefte**

Jij bent als verkoopmedewerker verantwoordelijk voor het onderzoek naar de koopbehoefte van de klant. De manier waarop je het verkoopgesprek voert bepaalt of jij achter de wensen van de klant komt. Met een stimulerende luisterhouding, dit doe je onder andere door open vragen te stellen en korte instemmende opmerkingen of geluiden te maken, moedig je de klant aan om verder te vertellen. Door de stimulerende manier van het gesprek aangaan kun je de klant, en zijn koopbehoefte die hij heeft, steeds beter leren aanvoelen.

Klanten kopen producten om in een bepaalde behoefte te voorzien (brood, melk, kleding, brandstof, diervoeder). Verkopen draait erom dat je jouw product of dienst tot een behoefte van de klant maakt. Maar dat verkopen is in veel gevallen makkelijker gezegd dan gedaan…… De grootste uitdaging voor de verkoper is om de koopbehoefte van de klant te ontwikkelen/ veranderen zonder dat het dwingend overkomt.

Er zijn verschillende niveaus van koopbehoeften of -motieven te onderscheiden:

Latente koopbehoefte Actieve koopbehoefte Zicht op een oplossing

Een **latente koopbehoefte** is een behoefte die een verkoper ziet voor producten of diensten die hij aanbiedt. Dat hoeft niet te betekenen dat de koper dit ook zo ziet….De verkoper ziet de behoefte, de koper niet. Hoe kan dit? Daar zijn twee redenen voor te verzinnen:

a: de klant ziet de behoefte niet omdat hij niet weet wat het product/ de dienst kan. b: de klant komt tot de conclusie dat er geen oplossing is (te duur, te ingewikkeld…)



Bij een **actieve koopbehoefte** heeft de klant een behoefte maar deze nog niet kan invullen. De klant is niet tevreden met de huidige situatie en is actief op zoek naar een oplossing. Als de klant na verloop van tijd geen oplossing vindt dan wordt zijn actieve behoefte en latente behoefte. Als verkoper merk je dat kopers je aanspreken maar geen actie ondernemen. Dit omdat ze geen goed geformuleerde visie op een oplossing hebben



**Zicht op een oplossing**. Als de klant weet wat de oplossing voor zijn behoefte is betekent het dat hij weet wat hij ongeveer nodig heeft, hoe het aangeschaft moet worden en waar en wanneer is de klant in staat om te kopen.

Misschien is je opgevallen dat een klant verschillende stappen zet in zijn koopproces Bij elke stap zorg je er als verkoper voor dat je iets anders doet om de klant te begeleiden bij het koopproces.

Volgens onderzoek (Keith M. Eades in Solution Selling) heeft ongeveer 90-95% van de klanten een latente koopbehoefte en heeft maar 5-10% van de klanten een actieve koopbehoefte. Als verkoper zal je dus al je gesprekstechnieken moeten inzetten!

Waaruit blijkt dat de klant weet wat hij wil en waarschijnlijk tot aankoop zal overgaan? Er zijn signalen die klanten afgeven waarop je kunt letten , de koopsignalen.

**Koopsignaal, want de klant…**

1. Knikt regelmatig instemmend bij wat je vertelt en lijkt het met je eens te zijn.
2. Is geïnteresseerd in leveringstermijnen, leveringscondities en eventuele extra kosten.
3. Concentreert zich meer op aanvullende diensten en/of eventuele extra service dan het product zelf.
4. Onderzoekt je product/dienst aandachtig.
5. Bespreekt openlijk de diverse opties die hij heeft bij de aanschaf van het product of dienst (bijvoorbeeld: kleur, hoeveelheden, bepaalde accessoires, et cetera.)
6. Vraagt om eventuele gratis extraatjes.
7. Antwoord *'Nee'* op je vraag: *'Zijn er nog dingen die u opgehelderd wilt hebben?'*