

Victor Voorbeeld
15-2-2010



Licentiehouders Benelux:
MDI
Laan van Vlaanderen 329
1066 WB Amsterdam
tel: 020-6979636 fax: 020-4511440
E-mail: info@mdi.nl Internet: www.mdi.nl

De Sales Skills Index is een objectieve analyse van de kennis die een individu heeft, van strategieën die nodig zijn om in welke verkoopomgeving dan ook, succesvol te zijn. In wezen beantwoordt de analyse de vraag "Kan deze persoon verkopen?". Ook in de verkoop hangt succes nauw samen met het kennisniveau van degene die het vak uitoefent. Het is deze kennis die de Sales Skills Index meet.

Ofschoon het bij het voorspellen of vergroten van verkoopsucces, belangrijk is te bepalen of een persoon wel of niet weet wat hij of zij moet doen, is kennis zeker niet de enige factor van belang om optimale verkoopprestaties te bereiken. Gedrag, attitude, persoonlijke interesse, normen en waarden zijn andere gebieden die aandacht verdienen.

Het doorgronden van een effectieve verkoopstrategie, kan u helpen op weg naar succes. Voorwaarde is wel dat u de strategie ook kunt toepassen; kennis alleen is niet voldoende, het gaat er ook om die kennis te gebruiken.

Dit rapport geeft u feedback op uw sterke en zwakke punten. Van hieruit kunt u een plan ontwikkelen om uw zwakke punten te verbeteren. Kennis van uw zwakke en sterke kanten, samen met de wens om het allerbeste uit uzelf te halen, zal u in staat stellen om professioneel verkoopsucces te bereiken.



PROSPECTS KWALIFICEREN: De eerste stap in elk verkoopproces. Het is de fase waarin een prospect wordt geïdentificeerd, waarin gedetailleerde achtergrondinformatie wordt verzameld, waarin alle activiteiten die een rol spelen in de traditionele prospectbenadering worden gecoördineerd, en waarin een strategie ontwikkeld moet worden voor de 'face-to-face' verkoop verderop in het proces.

69% (9/13) koos u de meest effectieve strategie.

23% (3/13) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.

EERSTE INDRUK - BEGROETING: Het eerste face-to-face contact tussen de prospect en de verkoper. Een stap die de verkoper in staat stelt zijn of haar serieuze interesse in de prospect te tonen...en positieve acceptatie te verkrijgen. Maar ook om een gevoel van wederzijds respect en verstandhouding te ontwikkelen. Het is de eerste fase in het opbouwen van een face-to-face vertrouwensrelatie en het startschot voor verdere persoonlijke ontmoetingen en verkoopgesprekken tussen prospect en verkoper.

22% (2/9) koos u de meest effectieve strategie.

67% (6/9) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.

KWALIFICEREN - VRAGEN STELLEN: Deze stap in het verkoopproces, de fase van vragen stellen en analyseren van behoeften, stelt de verkoper in staat te ontdekken wat de prospect wil kopen, wanneer en onder welke voorwaarden. Het stelt de prospect in staat de mate van interesse in en de specifieke behoefte aan de producten of diensten van de verkoper, te identificeren en onder woorden te brengen.

57% (4/7) koos u de meest effectieve strategie.

29% (2/7) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.



DEMONSTRATIE: De vaardigheid van de verkoper om zijn of haar product op zo'n manier te presenteren, dat het de aangegeven of onuitgesproken behoeften of intenties, zoals geïdentificeerd en onder woorden gebracht, van de prospect vervult.

67% (6/9) koos u de meest effectieve strategie.

22% (2/9) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.

BEINVLOEDING: Als mensen ergens voldoende in geloven, handelen ze ernaar. Deze stap is bedoeld om de verkoper in staat te stellen waarde op te bouwen en de neiging bij vele prospects om weinig geloof of vertrouwen te hechten aan wat hen verteld wordt, te voorkomen. In deze fase van het verkoopproces wordt het geloof van de prospect in de leverancier, in het product of de service, en in de verkoper, geconsolideerd.

67% (4/6) koos u de meest effectieve strategie.

33% (2/6) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.

AFSLUITEN: De eindfase in ieder verkoopproces. Tijdens deze stap wordt de prospect gevraagd om te kopen, wordt tegemoetgekomen aan bezwaren, worden de noodzakelijke onderhandelingen gevoerd en wordt de transactie tot wederzijdse tevredenheid afgewikkeld.

60% (6/10) koos u de meest effectieve strategie.

20% (2/10) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.

ALGEMEEN: Dit gedeelte staat voor het begrip van het gehele verkoopproces. Kennis van het totale proces kan leiden tot een positieve houding ten opzichte van het verkopen en een commitment ten aanzien van de afzonderlijke onderdelen van het verkoopproces.

54% (7/13) koos u de meest effectieve strategie.

31% (4/13) van de tijd waardeerde u de op een na beste strategie als uw 1e keuze.

ANALYSE VAN DE 54 VRAGEN

- 38 keer koos u de MEEEST effectieve strategie
- 21 keer koos u de OP EEN NA meest effectieve strategie als #1
- 5 koos u de OP TWEE NA meest effectieve strategie als #1
- 3 keer koos u de MINST effectieve strategie als #1

MINST EFFECTIEVE STRATEGIE ANALYSE

Bekijk de onderstaande vragen opnieuw. In deze situaties selecteerde u de minst effectieve strategie als de meest effectieve strategie. Bij elke vraag hebben we de meest effectieve strategie vermeld, zodat u ze opnieuw kunt doornemen.

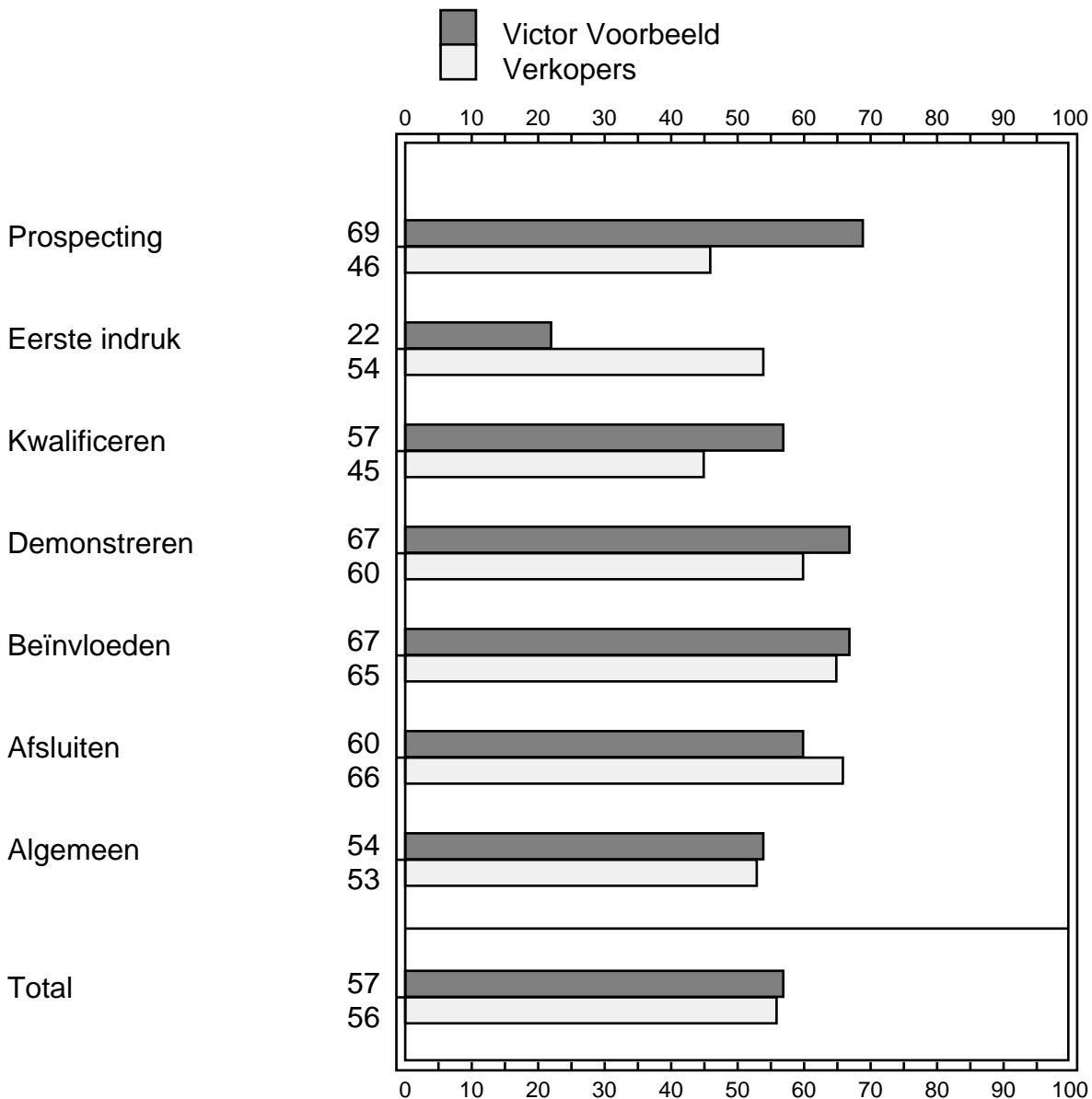
- 23. U stuurt een uitgebreid informatiepakket naar een prospect. Wanneer u vervolgens belt om een afspraak te maken, dan is uw belangrijkste doelstelling:
 - A. Vast te stellen of de prospect uw informatie ontvangen en bestudeerd heeft.

- 38. Wanneer een prospect een vraag stelt die u niet kunt beantwoorden, dient u:
 - A. Toe te geven dat u het antwoord niet weet, maar voor een antwoord zal zorgen.

- 47. Uw prospect vraagt: "Hoe snel kunt u leveren?" U dient:
 - C. Te vragen: "Hoe snel zou u willen dat er geleverd wordt?"

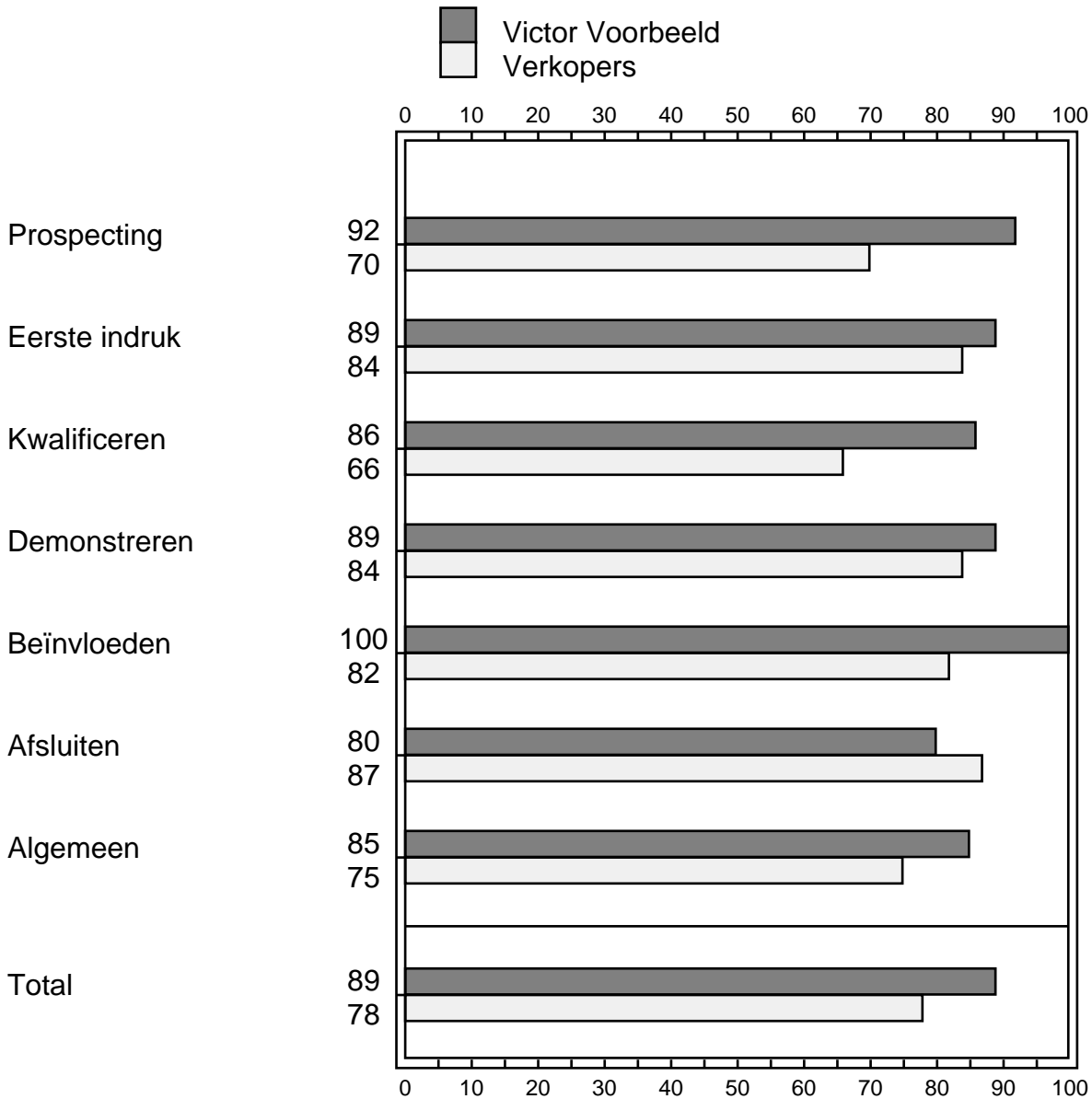


De volgende grafiek illustreert uw begrip van de meest effectieve verkoopstrategie in een serie verkoopsituaties. Onderzoek heeft aangetoond dat kennis en toepassing van een effectieve verkoopstrategie direct gerelateerd zijn aan verkoopsucces. Hoe hoger uw score op een specifiek onderdeel, des te groter uw specifieke kennis van wat nodig is om in het verkoopproces succesvol te zijn.





Deze grafiek illustreert uw kennis van de meest effectieve en op een na meest effectieve verkoopstrategie. Hoe hoger uw score in een segment, des te groter is uw begrip van de algemene verkoopstrategie die nodig is binnen die fase van een succesvolle verkoop.



MDI

tel: 020-6979636 fax: 020-4511440
E-mail: info@mdi.nl Internet: www.mdi.nl



Kennis van wat u NIET moet doen in een bepaalde verkoopsituatie kan tenminste even belangrijk zijn als weten wat u wel moet doen. Door te weten wat u NIET moet doen, voorkomt u dat u barrières opwerpt die een succesvolle presentatie belemmeren. EEN HOGE SCORE geeft aan dat u een goed ontwikkeld begrip heeft omtrent strategieën die vermeden moeten worden tijdens het verkopen.

