



Jarco Penning

Belrondje

Wat is de hoeveelheid tijd die verkopers besteden aan verkopen? 36 procent! Elke salesmanager zal hier iets aan willen doen, denk ik zo. Het percentage komt uit een rapport van CSO Insights dat 400 sales- en marketingprofessionals vroeg naar Sales Enablement Optimization.

Wat is een belangrijke oorzaak van dit lage percentage? Onder andere het gebrek aan afstemming tussen de *customer journey* en het *salesproces*, aldus de onderzoekers. Een betere afstemming leidt niet alleen tot meer effectieve verkooptijd, het verkort ook de inwerktijd van nieuwe verkopers. Die inwerktijd is ook een punt van zorg: gemiddeld duurt het tien (!) maanden voordat een nieuwe verkoper op stoom is. Overigens is dat getal afhankelijk van de gemiddelde orderwaarde: hoe groter de *average deal size*, hoe langer de inwerktijd.

Hoe stem je die twee processen goed op elkaar af? Immers zo'n 45 procent van de respondenten gaf aan zo'n afstemming niet te hebben gedaan.

Afstemming vraagt om kennis van feiten. Feiten omtrent het salesproces – product, processen, systemen, content – zijn vaak

makkelijker toegankelijk. Althans, dat zou in ieder geval geen probleem moeten zijn. Feiten over uw klanten daarentegen zijn over het algemeen moeilijker beschikbaar. En hier gaat het om: hoe ziet zijn zoektocht eruit? En hoe stemt u uw processen daar weer op af?

Soms is een antwoord te simpel (of de vraag te moeilijk). Waar gaat het in sales over? De klant! Het enige wat je hoeft te doen is hem aandacht schenken door oprechte interesse te tonen in zijn belevingswereld. Hoe doe je dat? Denk aan *recente sale cycles*, en dan niet alleen aan de gewonnen deals, maar ook de verloren en uitgestelde deals.

Wanneer gaan uw (nieuwe) verkopers een '*customer journey*'-belrondje doen met klanten en prospects?

Jarco Penning is oprichter van De Sales Coach, opleider in Social Selling **Reageren?** jarco@desalescoach.eu