

SALESDADDY

PLAYBOOK

De Tien Vragen

waarmee je prospect zichzelf verkoopt

Een fragment uit de S.A.L.E.S. Discipline

door Jeffrey Wildeboer

INHOUD

Inhoudsopgave

Introductie — Vier fases. Eén constante.	1
01 “Wat is er gebeurd waardoor je dit gesprek nu wilde inplannen?”	4
02 “Hoe lang speelt dit eigenlijk al?”	6
03 “Wat heb je tot nu toe geprobeerd om dit op te lossen?”	8
04 “Wat gebeurt er als je hier de komende zes maanden niets aan doet?”	10
05 “Hoe ziet het eruit als dit straks wél werkt?”	12
06 “Wie beslist hier uiteindelijk over, behalve jij?”	14
07 “Wat kost dit probleem je nu, ongeveer per maand?”	17
08 “Hoe weet je over drie maanden of dit voor jou heeft gewerkt?”	19
09 “Wat zou je tegenhouden om hier nu mee te starten?”	22
10 “Stel ik kan dit voor je oplossen, wat is dan jouw eerste stap?”	25
Tot slot — De volgorde, en wat je nooit moet doen.	27
Wie dit schreef	29

INTRODUCTIE

Vier fases. Eén constante.

De meeste salesgesprekken voelen als zwemmen in de mist. Je weet ongeveer waar je heen wilt, maar je weet niet waar je bent. Je praat te veel. Je vraagt te weinig. En op het eind vraag je je af waarom de prospect zegt “ik laat nog wat van me horen.”

Dat ligt niet aan jou. Dat ligt aan een gebrek aan kader.

De S.A.L.E.S. Discipline is mijn antwoord daarop. Vijf letters. Vier fases die je in volgorde doorloopt. Eén discipline die je continu beoefent.

S. Study the Situation

Je opent. Je begrijpt wie er voor je zit voordat je iets vertelt over jezelf. De meeste dienstverleners slaan deze fase over en beginnen meteen met “vertel eens, hoe kan ik je helpen?” Dat is geen opening. Dat is een uitnodiging om jezelf te verkopen aan iemand die nog niet weet of hij bij jou wil kopen.

A. Ask Powerful Questions

Je graaft. Niet om informatie te verzamelen voor jezelf, maar om de prospect zijn eigen situatie scherper te laten zien. Goede vragen doen wat de prospect zelf niet doet: ze maken het probleem groter, urgenter en concreter dan het in zijn hoofd was toen hij ging zitten.

L. Listen with Intent

Geen fase. Een houding. De meeste mensen luisteren niet om te begrijpen. Ze luisteren om te reageren. Ze zijn al bezig met hun volgende vraag, met hoe ze het gesprek gaan leiden, met wat ze straks gaan zeggen. Listen with Intent is het tegenovergestelde. Omdat je weet welke vragen er komen, hoef je niets te bedenken. Je hebt ruimte om écht te horen wat hij zegt. En vooral: om te horen wat hij níet zegt.

E. Engage Emotionally

Je raakt. Sales gaat niet over logica. Mensen kopen omdat het ergens pijn doet, of omdat ze ergens naartoe willen. Jouw werk is om die pijn en die richting in het gesprek zelf voelbaar te maken. Niet als verhaal achteraf, maar nu, terwijl jullie praten.

S. Secure the Sale

Je sluit. Geen kunstje. Geen druk. Als je de eerste vier fases goed hebt gedaan, is sluiten een formaliteit. Je vraagt wat je moet vragen op het moment dat het logisch is om het te vragen.

Vier fases die je doorloopt. Eén discipline waarmee je dat doet.

Eén ding vooraf

Dit gaat over beïnvloeden, nooit over manipuleren. Het verschil is simpel. Beïnvloeden is iemand helpen zien wat er echt speelt, zodat hij een betere beslissing neemt. Manipuleren is iemand iets laten kopen wat hij niet nodig heeft.

Deze tien vragen werken alleen als het uitgangspunt klopt: dat jij die persoon echt verder kunt helpen met wat je verkoopt. Is dat zo, dan doe je hem een dienst door hem scherp te laten zien wat er speelt. Is dat niet zo, dan stop je. Je verkoopt niet wat je niet kunt leveren. Dat is geen moraal, dat is de enige manier waarop dit op de lange termijn werkt.

Hoe dit playbook werkt

Dit playbook gaat over de A. Tien vragen die hun werk doen op verschillende momenten in het gesprek. Soms vroeg in de Study-fase, soms diep in Engage, soms vlak voor Secure.

Bij elke vraag noem ik in welke fase ze thuishoort. Je hoeft de hele methodiek niet te kennen om met deze vragen te werken. Maar je weet wel waar je bent op de kaart.

L speel je niet apart. L zit in elke vraag. In hoe je luistert naar het antwoord. In wat je terugspeelt voordat je doorvraagt. Per vraag laat ik zien welke L-techniek het beste werkt op dat moment: een spiegel, een label of een samenvatting.

Drie tools, kort uitgelegd, zodat ze straks geen onbekende woorden zijn:

- Spiegel. Herhaal de laatste een tot drie woorden van wat hij zei, als vraag. Hij vertelt verder zonder dat jij iets hoeft te bedenken.
- Label. Benoem de emotie of het zelfbewustzijn dat onder zijn antwoord zit. Hij voelt zich gezien en durft daarom dieper te gaan.
- Samenvatting. Speel het hele plaatje terug in zijn eigen woorden. Hij hoort zichzelf en kan niet meer terug.

Over de voorbeelden

Even eerlijk over wat je hierna leest. De voorbeelden komen uit mijn eigen gesprekken. Ik verkoop salestraining, dus de prospect die je tegenkomt heet Mark en die wil beter worden in zijn verkoopgesprekken. Dat is mijn tafel.

De jouwe ziet er anders uit. Jij verkoopt iets anders, en jouw Mark zit met een ander probleem. Maakt niet uit. De vragen veranderen niet. De volgorde verandert niet. De psychologie eronder verandert niet. Het enige wat verandert, zijn de antwoorden die je terughooft, en die komen uit het vak van de persoon tegenover je.

Lees de voorbeelden dus niet als “zo verkoopt Jeffrey salestraining.” Lees ze als de structuur. Dit is hoe ik het doe. Op precies dezelfde manier doe jij het straks aan jouw tafel, met jouw prospect, over jouw werk. Deze tien vragen dragen je daar doorheen.

“Wat is er gebeurd waardoor je dit gesprek nu wilde inplannen?”

Wanneer je 'm stelt

Eerste minuut van het gesprek. Niet ervoor, niet erna. Voor de small talk afloopt. Voor jij iets vertelt over wat je doet of hoe je werkt. Dit is de eerste echte vraag die je stelt, en daarom de belangrijkste van het gesprek.

De meeste dienstverleners openen met “vertel eens, waar kan ik je mee helpen?” of “leuk dat je er bent, hoe gaat het?” Allebei vriendelijk. Allebei waardeloos. De eerste maakt jou tot de probleemoplosser voordat het probleem benoemd is. De tweede levert “goed, en met jou?” op en je bent terug bij af.

Deze vraag doet iets anders. Hij zet de prospect aan het stuur.

De psychologie

Drie dingen gebeuren tegelijk in zijn hoofd op het moment dat je deze vraag stelt.

Eén. Hij wordt aan zichzelf herinnerd waarom hij dit gesprek wilde inplannen. Tussen het moment dat hij jouw Calendly invulde en het moment dat jullie nu in gesprek zijn, zit gemiddeld twee tot vijf dagen. In die tijd is de pijn die hem deed klikken naar de achtergrond gezakt. Andere dingen kwamen voorbij. De urgentie verdween. Door deze vraag te stellen, dwing je hem om die urgentie weer naar boven te halen. Hij gaat zoeken naar wat het was. En in dat zoeken, vindt hij 'm.

Twee. De vraag dwingt naar een gebeurtenis, niet een gedachte. Je vraagt niet “waarom heb je dit gesprek gepland”, je vraagt *wat er gebeurd is*. Dat sluit alle algemeenheden af. Geen “ik liep al een tijdje rond met het idee.” Wel “vorige week ging er iets mis in een gesprek en toen dacht ik: nu moet er wat gebeuren.” Dat vorige-week-moment is goud. Dat is de echte trigger. En het woordje “nu” doet stiekem werk: het zet zijn besluit terug in de tijd waar het hoorde, vlak voor hij die Calendly invulde.

Drie. Jij positioneert jezelf direct goed. Je vraagt niet hoe je kunt helpen. Je vraagt waarom hij dacht dat je kon helpen. Dat is een subtiel maar fundamenteel verschil. In het eerste geval ben jij de oplosser die op zoek is naar een probleem. In het tweede geval is hij de zoeker die jou heeft gevonden. Wie zoekt is in de markt om te kopen. Wie zoekt heeft al een ja in zich.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Het concrete moment.

“Ik had vorige week een gesprek met een prospect waar ik het echt liet liggen. Ik moest er het hele weekend aan denken.” Goud. Vraag door op het moment zelf. Vraag: *“Wat gebeurde er precies in dat gesprek?”* Niet op de oplossing focussen.

Type 2. De algemene frustratie.

“Nou, ik heb gewoon het gevoel dat ik te veel klanten laat lopen.” Te vaag. Daar koop je niks voor. Vraag: *“Vertel eens over zo'n klant die je recent hebt laten lopen.”* Trek 'm naar het concrete.

Type 3. Het externe verhaal.

“Ik zag je post op LinkedIn en dacht, laat ik eens een gesprek inplannen.” Vriendelijk, maar je weet nog steeds niet waarom. Vraag: *“Wat in die post raakte je waardoor je dacht, dit is voor mij?”* Nu krijg je de pijn alsnog.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **label**.

Nadat hij heeft geantwoord, vat je niet samen wat hij zei. Je benoemt wat eronder zit.

Hij: *Vorige week had ik een prospect die echt klaar was om te tekenen, en toen begon ik te ratelen over de prijs en uiteindelijk zei hij: ik denk er nog over na.*

Jij: *Het klinkt alsof je precies wist wat er gebeurde op het moment dat je het deed.*

Dat is een label. Geen vraag, geen samenvatting. Een benoeming van zijn emotie of zelfbewustzijn. Wat er gebeurt: hij voelt zich gezien. Hij gaat verder vertellen. Hij durft daarom dieper te gaan. Want jij hebt iets benoemd wat hij zelf nog niet hardop had gezegd.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Welkom Mark. Vertel eens, hoe kan ik je helpen?*

Mark: *Ja, nou, ik ben dienstverlener en ik denk dat ik nog wel wat kan groeien in sales. Wat doe jij precies?*

Jij: *Ik help dienstverleners die...*

Vijf minuten later vertel jij over jezelf. Mark luistert beleefd. Hij gaat straks “erover nadenken.”

Met.

Jij: Welkom Mark. Eén vraag waar ik mee wil openen: wat is er gebeurd waardoor je dit gesprek nu wilde inplannen?

Mark: Eerlijk gezegd, gisteren had ik een offerte uitgestuurd van vijftienhonderd euro en de prospect zei dat hij het wilde overleggen met zijn compagnon. Dat krijg ik te vaak. Ik weet niet of het aan mij ligt of aan hoe ik het bespreek.

Jij: Het klinkt alsof je vermoedt dat het bij jou ligt.

Mark: Ja, eigenlijk wel.

In drie zinnen ligt het probleem op tafel, de twijfel benoemd, en is hij degene die het uitspreekt. Niet jij.

| Dat is wat één vraag op het juiste moment doet.

VRAAG 02 / FASE A

“Hoe lang speelt dit eigenlijk al?”

Wanneer je 'm stelt

Direct nadat hij de eerste pijn heeft benoemd. Hij heeft net verteld wat er gebeurde, of wat hem dwarszit. Voor jij begint te denken in oplossingen, stel je deze.

Het lijkt een kleine vraag. Maar dat is hij niet. Hij verandert het karakter van het probleem in zijn hoofd.

De psychologie

Op het moment dat deze vraag valt, gebeuren er drie dingen tegelijk bij hem.

Eén. Tijd maakt pijn zwaarder. Mensen onderschatten standaard hoe lang ze al ergens last van hebben. Als hij hardop zegt “eigenlijk al een jaar of twee,” verandert het probleem van incident naar patroon. Een incident kun je negeren. Een patroon niet meer.

Twee. Het brengt eerdere pogingen naar boven. In twee jaar heeft hij dingen geprobeerd die niet werkten. Dat zet de toon voor de rest van het gesprek: deze keer moet het anders. En anders, betekent vaak: niet alleen.

Drie. Het maakt hem eigenaar van het probleem. Niet jij vertelt dat hij vastzit. Hij hoort het zichzelf zeggen. En wat hij zichzelf hoort zeggen, kan hij niet meer terugnemen.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Korter dan verwacht.

“Eigenlijk pas een paar maanden.” Recent. Er is iets veranderd. Vraag: *“Wat is er een paar maanden geleden gebeurd?”* Vaak zit daar een concrete trigger waar je de hele rest van het gesprek op kunt bouwen.

Type 2. Langer dan verwacht.

“Eerlijk gezegd al jaren.” Chronisch. Hij is moe. Vraag: *“Wat heeft je tot nu toe tegengehouden om dit op te lossen?”* Hier komt vaak de echte blokkade naar boven, en die is bijna nooit geld.

Type 3. Geen idee.

“Geen idee, een tijdje.” Vaag. Hij is er niet over nagedacht. Vraag: *“Wanneer dacht je voor het eerst: hier moet ik wat mee?”* Dat dwingt naar een moment, geen periode.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **spiegel**.

Korte techniek. Pak de laatste een tot drie woorden van zijn antwoord en herhaal ze als vraag. Niet meer.

Hij: *Eerlijk gezegd al jaren.*

Jij: *Al jaren?*

Twee woorden. Geen interpretatie, geen samenvatting. Wat er gebeurt: hij vult zelf in. Hij gaat vertellen hoe lang precies, wat hij in die jaren heeft geprobeerd, en wat hij voelt als hij erover praat. Jij hebt niets hoeven bedenken. Hij heeft het gesprek voor je verdiept.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Mark: *Ik laat te veel klanten lopen.*

Jij: *OK, dat begrijp ik. Wat ik vaak doe in zulke gevallen is...*

Jij begint te pitchen op een probleem waarvan je de omvang niet kent. Hij hoort jou praten en denkt: bij mij is het anders.

Met.

Mark: *Ik laat te veel klanten lopen.*

Jij: *Hoe lang speelt dit eigenlijk al?*

Mark: *Pfoe, eerlijk gezegd al sinds ik voor mezelf ben begonnen. Drie jaar.*

Jij: *Drie jaar?*

Mark: *Ja, ik heb er een paar dingen aan willen doen, een cursus, een boek, maar het blijft hangen.*

Nu weet je dat het geen incident is, maar een patroon. En hij weet het ook. Vanaf hier praat hij niet meer over één klant, maar over drie jaar werk dat anders had moeten.

| *Wat al jaren speelt, lost zich niet vanzelf op.*

VRAAG 03 / FASE A

“Wat heb je tot nu toe geprobeerd om dit op te lossen?”

Wanneer je 'm stelt

Na vraag twee. Hij heeft net benoemd hoe lang het al speelt. Logische volgende stap: wat heb je in die tijd gedaan?

Stel hem voordat je ook maar één zin hebt gezegd over je eigen aanpak. Anders krijg je beleefde antwoorden in plaats van eerlijke.

De psychologie

Deze vraag zet drie dingen in beweging, allemaal tegelijk.

Eén. Het is een test op serieusheid. Wie nog niets heeft geprobeerd, heeft geen probleem maar een irritatie. Wie veel heeft geprobeerd, is moe en gemotiveerd. Beide soorten klanten hoor je verschillend te behandelen, en deze vraag laat zien welke je voor je hebt.

Twee. Het geeft je zicht op wat hij naast jou nog overweegt. Een collega die zegt dat hij wel weet hoe het moet, een online cursus, een paar boeken, of een concullega in dezelfde markt die het zelf is gaan uitzoeken. Daar staat jouw aanbod tegen, of hij dat nu hardop zegt of niet. Beter dat je het weet.

Drie. Het maakt ruimte voor jouw aanpak. Door hem alles te laten benoemen wat niet werkte, maakt hij zelf het gat zichtbaar waar jij in past. Jij hoeft niet meer uit te leggen waarom je anders bent. Hij heeft het verschil voor je voorbereid.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Boeken en cursussen.

“Wat boeken gelezen, een Udemy-cursus, niks bleef hangen.” Theoretisch verzadigd, praktisch leeg. Vraag: “*Wat bleef er niet hangen?*” Dan benoemt hij precies wat hij nodig heeft: toepassing, niet kennis.

Type 2. Een eerdere coach.

“Vorig jaar een coach gehad, mooie sessies maar geen resultaat.” Hij heeft al een keer geïnvesteerd. Geld is het probleem niet, vertrouwen wel. Vraag: “*Wat was er anders nodig geweest om wel resultaat te krijgen?*” Zijn antwoord is jouw briefing voor de rest van het gesprek.

Type 3. Niks concreets.

“Eh, nou, niet echt. Ik denk er weleens over na.” Hij is niet zo gemotiveerd als hij zelf dacht. Vraag: “*Wat houdt je tegen om het wel op te pakken?*” Vaak komt nu naar boven dat hij niet weet waar te beginnen. Daar kun je mee werken.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **samenvatting.**

Nadat hij twee, drie dingen heeft benoemd, vat je samen. In zijn eigen woorden, in de juiste volgorde. Geen interpretatie, geen verbetering.

Hij: *Ik heb boeken gelezen, een online cursus gedaan, en vorig jaar een coach gehad. Ik weet niet, het blijft niet hangen.*

Jij: *Dus boeken, een cursus en een coach. En telkens kwam je terug op dezelfde plek.*

Hij hoort zijn eigen lijst terug, en hoort tegelijk het patroon dat erachter zit. Niet jij wijst hem op de cirkel. Hij ziet 'm zelf. Vanaf nu is het verschil niet meer wat hij gaat doen, maar hoe deze keer anders is.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Ik help dienstverleners met hun salesgesprekken. We werken aan structuur, aan vragen, aan close.*

Mark luistert, en denkt: dat heb ik vorig jaar ook al gehad bij iemand anders. Mentaal heeft hij je al weggestreept.

Met.

Jij: *Wat heb je tot nu toe geprobeerd om dit op te lossen?*

Mark: *Een paar boeken, een cursus, en vorig jaar een coach. Maar het blijft niet hangen.*

Jij: *Dus boeken, een cursus en een coach. En telkens kwam je terug op dezelfde plek.*

Mark: *Ja. Eigenlijk wel.*

Jij: *Wat denk je dat er deze keer anders zou moeten zijn?*

Hij gaat zelf benoemen wat hij nodig heeft. Wat hij benoemt, is je verkoopargument. Niet door jou bedacht, door hem aangereikt.

| *Wat niet werkte, vertelt je precies wat wel moet werken.*

VRAAG 04 / FASE E

“Wat gebeurt er als je hier de komende zes maanden niets aan doet?”

Wanneer je 'm stelt

Midden in het gesprek. Pijn ligt op tafel, hoe lang het speelt is bekend, eerdere pogingen zijn benoemd. Voor je de richting verlegt naar de gewenste situatie, stel je deze.

Dit is de zwaarste vraag in het playbook. Niet omdat hij moeilijk te stellen is, maar omdat het antwoord vaak ongemakkelijk is. Stel hem rustig, en laat hem dan stil.

De psychologie

Drie dingen spelen zich af in zijn hoofd zodra hij de vraag hoort.

Eén. Het zet inactie op de rekening. Mensen kopen zelden vanuit blijheid. Ze kopen om van iets af te komen. Door hem hardop te laten zeggen wat er gebeurt als hij niets doet, schuift het zwaartepunt naar “iets doen kost minder dan niets doen.” Dat is de hele basis voor zijn ja straks.

Twee. Zes maanden is geen willekeurig getal. Lang genoeg om de schade voelbaar te maken. Kort genoeg om voorstelbaar te blijven. Een jaar voelt te ver weg om over na te denken. Drie maanden voelt nog overzichtelijk. Zes maanden is precies de pijngrens.

Drie. We zijn allemaal gevoeliger voor verlies dan voor winst. Bij gelijke bedragen weegt verlies ongeveer twee keer zo zwaar. Een vraag over wat je misloopt werkt dus dieper dan een vraag over wat je wint. Daarom komt verlies eerst, en de gewenste situatie pas in vraag vijf.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Concreet verlies.

“Dan blijf ik gewoon rond de vijfduizend per maand hangen.” Hij weet het. Hij heeft alleen niet uitgesproken. Vraag: *“En wat doet dat met je, als je daar over zes maanden nog steeds zit?”* Nu komt de emotie achter het cijfer.

Type 2. Emotionele schade.

“Dan ben ik over zes maanden opgebrand, denk ik.” Hij denkt het al een tijd. Nu zegt hij het. Vraag: *“Waar baseer je dat op?”* Daar komt vaak een verhaal achter dat veel groter is dan de oorspronkelijke vraag.

Type 3. Ontwijking.

“Tja, weet ik niet, dat moet ik niet hebben.” Hij wil het niet voelen. Geef hem ruimte. Vraag: *“Stel dat je het wel zou moeten zeggen, wat zou je dan willen voorkomen?”* Subtiel naar binnen, niet doorduwen.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **label.**

Na zijn antwoord vat je niet samen. Je benoemt wat hij voelt maar niet zegt.

Hij: *Dan blijf ik gewoon rond de vijfduizend per maand hangen.*

Jij: *Het lijkt erop dat je weet dat je vastzit.*

Geen vraag, geen oordeel. Een spiegel op zijn gevoel. Wat er gebeurt: hij voelt zich gezien in iets wat hij voor zichzelf ook al wist maar niet aankeek. Hij gaat verder. Hij vertelt waarom hij vastzit. En vanaf nu is de wens om los te komen niet meer iets wat jij hem moet aanpraten.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Mark: *Ik laat te veel klanten lopen, dat moet anders.*

Jij: *Helemaal eens. Wat ik je kan bieden...*

Hij voelt nog niet wat het hem kost. Jij gaat verkopen aan iemand die de urgentie niet voelt. Resultaat: “ik laat het even bezinken.”

Met.

Jij: *Wat gebeurt er als je hier de komende zes maanden niets aan doet?*

Mark: *Tja. Dan blijf ik waarschijnlijk hangen waar ik nu zit.*

Jij: *Het lijkt erop dat je weet dat je vastzit.*

Mark: *Ja. Eerlijk gezegd voel ik dat al een tijd. Ik ben niet ongelukkig, maar dit is niet waar ik wilde zitten op dit punt.*

Hij voelt het verschil tussen wat is en wat zou moeten. Dat verschil is de motor voor de rest van het gesprek.

| *Niets doen is ook een keuze. Meestal de duurste.*

VRAAG 05 / FASE E

“Hoe ziet het eruit als dit straks wél werkt?”

Wanneer je 'm stelt

Direct na vraag vier. Eerst verlies, dan richting. De volgorde is niet onderhandelbaar. Wie eerst over de gewenste situatie praat zonder de pijn te hebben gevoeld, krijgt vage antwoorden. Pijn maakt de wens scherp.

Geef hem een paar seconden voor hij antwoordt. Deze vraag laat hem iets bedenken dat hij vaak vermijdt: wat hij echt wil, in detail.

De psychologie

Achter deze vraag zitten drie dingen die tegelijk gebeuren.

Eén. Het opent het hoofd voor mogelijkheid. Mensen die diep in een probleem zitten, vergeten dat er een andere kant is. Door hem hardop te laten beschrijven hoe het wél kan zijn, maakt hij die richting concreet. Niet als wens, als beeld.

Twée. Het maakt een doel waar jij straks naartoe kunt werken. Een vage richting (“meer omzet”) is geen doel. “Vijftienduizend per maand met drie dagen werken” is een doel. Hoe concreter zijn beeld, hoe scherper jij straks kunt zijn over wat je gaat doen.

Drie. Het bindt hem aan zijn eigen woorden. Wat hij hier zegt, gebruik je later bij Secure. Niet jouw belofte over wat hij gaat bereiken, zijn eigen beeld van wat hij wil. Dat verschil is alles.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Concreet en helder.

“Vijftienduizend per maand, drie dagen werken, donderdag mijn dochter ophalen.” Goud. Hij heeft hier eerder over nagedacht. Vraag: *“Waarom is donderdag belangrijk?”* Achter het cijfer zit altijd een leven. Vraag naar het leven, niet alleen het cijfer.

Type 2. Vaag en groot.

“Gewoon, financieel goed zitten.” Hij weet het niet, of durft het niet te zeggen. Vraag: *“Wat is ‘goed zitten’ voor jou precies, in cijfers?”* Dwing tot concreet. Vage doelen verkoop je niet.

Type 3. Afhoudend.

“Ik weet niet, daar denk ik niet zo over na.” Hij beschermt zichzelf. Of hij heeft het opgegeven. Vraag: *“Stel je doet niets, dan blijft het zoals nu. Wat zou je liever willen?”* Soms moet je het verlies van vraag vier opnieuw langs laten komen om het beeld los te krijgen.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **samenvatting.**

Hij heeft het beeld geschetst. Jij speelt het terug, in zijn woorden, alsof het al zo is.

Hij: *Ik denk vijftienduizend per maand, drie dagen werken, en donderdag mijn dochter ophalen.*

Jij: *Dus vijftienduizend per maand. Drie dagen werken. Donderdag je dochter ophalen.*

Drie korte zinnen, ritmisch, in zijn eigen woorden. Wat er gebeurt: het beeld wordt echt. Hij hoort het hardop, in jouw stem, en het krijgt gewicht. Vanaf nu is dit niet meer een wens. Het is een specifieke toekomst die hij begint te missen op het moment dat hij eraan denkt dat hij 'm niet heeft.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Wat zou je willen bereiken?*

Mark: *Meer omzet, denk ik.*

Jij: *Oké, daar kan ik je bij helpen.*

Vaag doel, vage belofte. Niemand bouwt energie op om “meer omzet” te halen. Iedereen bouwt energie op om donderdag zijn dochter op te halen.

Met.

Jij: *Hoe ziet het eruit als dit straks wél werkt?*

Mark: *Pfoe. Ik denk vijftienduizend per maand, drie dagen werken. En donderdag mijn dochter ophalen van school. Daar kom ik nu nooit aan toe.*

Jij: *Dus vijftienduizend per maand. Drie dagen werken. Donderdag je dochter ophalen.*

Mark: *Ja, precies.*

Jij: *Wat zou er gebeuren als je dat over zes maanden voor elkaar hebt?*

Mark: *Dan heb ik mijn leven terug.*

Dat laatste zinnetje is je hele verkoop. Niet door jou bedacht, door hem uitgesproken. Bewaar 'm. Je gaat 'm later nog gebruiken.

Een doel dat hij zelf uitspreekt, hoeft jij hem niet meer te verkopen.

VRAAG 06 / FASE A

“Wie beslist hier uiteindelijk over, behalve jij?”

Wanneer je 'm stelt

Tweede helft van het gesprek. Pijn, duur, eerdere pogingen, verlies en richting liggen op tafel. Voor je de richting verlegt naar concrete cijfers of vervolg, stel je deze.

Stel 'm losjes. Niet alsof je een audit doet. Gewoon een logische vraag in een logisch gesprek.

De psychologie

Zodra je dit vraagt, gebeurt er van alles bij hem. Drie dingen vooral.

Eén. Het voorkomt het grootste afhaakmoment in dienstverlening: de verborgen beslisser. Een compagnon, een partner, een boekhouder, of iemand uit het bestuur die later “nog even mee moet kijken.” Wat nu zichtbaar wordt, hoeft je straks niet meer te verrassen.

Twee. Het is een respectvolle test. Je vraagt het niet om hem te confronteren. Je vraagt het omdat het normaal is om het te vragen. Iemand die zelf alle controle heeft, zegt dat meteen en met zekerheid. Iemand met een stille beslisser begint te draaien. Allebei nuttige informatie.

Drie. Het zet hem in zijn rol. Of hij is de beslisser, of hij is de doorgever. Allebei OK, maar je moet weten welke. Met een beslisser sluit je. Met een doorgever bereid je voor en vraag je om een tweede gesprek met de stille partner erbij.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Volledige zeggenschap.

“Ik beslis. Punt.” Eigenaarschap. Geen tweede gesprek nodig. Vraag: *“Mooi. Dan kunnen wij vandaag iets concreets afspreken.”* Geen tijd verspillen. Door naar Secure.

Type 2. Stille partner.

“Even met mijn vrouw bespreken, maar dat is meer formaliteit.” Hij denkt dat het formaliteit is. Soms is het dat niet. Vraag: *“Waar zou ze nog twijfels over kunnen hebben?”* Wat hij hier benoemt, kun jij straks vooraf adresseren.

Type 3. Verborgen beslisser.

“Mijn compagnon moet er ook iets van vinden.” Niet hij koopt. Het bedrijf koopt. Vraag: *“Wat zou je compagnon willen zien voordat hij ja zegt?”* Vraag door totdat je weet welke vragen er straks in dat tweede gesprek komen. Dan voer je het al een keer mentaal.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **spiegel.**

Korte vervolgvraag in zijn eigen woorden. Geen interpretatie.

Hij: *Mijn compagnon moet er ook iets van vinden.*

Jij: *Iets van vinden?*

Twee woorden, opnieuw. Wat er gebeurt: hij vertelt meer. Hoe de compagnon denkt, waar hij streng op is, wat hij meestal afwijst. Allemaal informatie die jij straks nodig hebt om het tweede gesprek te overleven. Of, beter nog, om te voorkomen dat een tweede gesprek nodig is.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Zullen we het hebben over hoe ik je kan helpen?*

Mark: *Ja graag.*

Jij: *Mijn traject kost drieduizend en duurt drie maanden.*

Mark: *Klinkt goed, maar ik moet het even met mijn compagnon bespreken.*

De compagnon komt nu pas in beeld. Te laat. Jij hebt nog geen idee waar hij op afhaakt. Mark wel, maar die zit straks in de auto en jij niet.

Met.

Jij: *Wie beslist hier uiteindelijk over, behalve jij?*

Mark: *Eh, mijn compagnon moet er ook iets van vinden.*

Jij: *Iets van vinden?*

Mark: *Ja, hij is altijd kritisch op uitgaven boven een paar duizend. Vooral als het coaching is, daar gelooft hij niet zo in.*

Jij: *Wat zou hij willen zien voordat hij ja zegt?*

Mark: *Iets meetbaars, denk ik. Niet "ik heb een betere mindset."*

Nu weet je dat het traject straks meetbaar moet zijn, en welk woord je niet moet gebruiken. Voordat de compagnon ook maar iets heeft gezegd.

De beslisser die je niet ziet, is de deal die je niet sluit.

VRAAG 07 / FASE E

“Wat kost dit probleem je nu, ongeveer per maand?”

Wanneer je 'm stelt

Na de richting van vraag vijf. Hij weet wat hij wil. Nu wil je dat hij hardop berekent wat het hem nu kost dat hij dat niet heeft.

Stel 'm met de toevoeging “ongeveer.” Dat haalt de druk eraf om exact te zijn, en haalt tegelijk de excuses weg om geen cijfer te noemen.

De psychologie

Deze vraag doet drie dingen tegelijk met zijn hoofd.

Eén. Het zet pijn om in cijfers. “Ik laat klanten lopen” is een gevoel. “Ik laat per maand drieduizend liggen” is een feit. Cijfers maken urgentie zwaarder dan emotie alleen. En jouw tarief zit straks naast dat cijfer, niet meer in de lucht.

Twee. De vraag dwingt hem te rekenen. Op het moment dat hij rekt, beseft hij hoeveel het werkelijk is. Vaak hoger dan hij dacht. Vaak veel hoger dan jouw tarief. Zonder dat jij iets hoeft uit te leggen, is de vergelijking al gemaakt.

Drie. De vergelijking verandert. Hij stopt met denken “wat kost coaching?” en begint met denken “wat kost stilstand?” Dat is een fundamenteel ander gesprek, en eentje die jij wint. Want stilstand kost altijd meer dan beweging, ook al voelt het niet zo aan.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Hij heeft gerekend.

“Ongeveer drieduizend per maand, denk ik.” Goud. Hij heeft eerder over nagedacht. Vraag: “En over een jaar?” Dan tel je voor hem op tot iets waar hij van schrikt.

Type 2. Hij gokt te laag.

“Misschien vijfhonderd?” Hij wil 't niet zien. Vraag: “Stel: per maand één offerte van tweeduizend die misloopt. Dat zit al boven de vijfhonderd, toch?” Reken met hem mee, niet voor hem.

Type 3. Hij weigert te rekenen.

“Geen idee, daar denk ik niet aan.” Hij beschermt zichzelf voor het cijfer. Vraag: *“Laten we het samen even langslopen. Hoeveel offertes ketsen er per maand af?”* Maak het samen klein. Eén vraag tegelijk. Voor hij het weet, heeft hij het cijfer zelf gegeven.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **label**.

Hij noemt het bedrag. Jij benoemt wat eronder zit.

Hij: *Dus dat is, eh, zo'n drieduizend per maand?*

Jij: *Het klinkt alsof dat hoger is dan je had verwacht.*

Hij heeft het zelf uitgerekend, en hoort jou het bevestigen op gevoelsniveau. Wat er gebeurt: het cijfer landt. Niet meer als ruwe schatting, maar als prijskaartje aan zijn dagelijks leven. Vanaf hier is jouw tarief geen kostenpost. Het is een aftrekpost van een veel groter verlies.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Mijn traject kost vijfduizend voor drie maanden.*

Mark: *Vijfduizend? Dat is best veel.*

Vergelijking: jouw tarief tegen zijn portemonnee. Slechte vergelijking, want je verliest hem op een gevoel zonder kader.

Met.

Jij: *Wat kost dit probleem je nu, ongeveer per maand?*

Mark: *Tja, als ik twee offertes per maand mis van rond de tweeduizend, zit je al op vierduizend.*

Jij: *Het klinkt alsof dat hoger is dan je had verwacht.*

Mark: *Ja eigenlijk wel. Dat is bijna vijftigduizend per jaar.*

Jij: *En dat blijft doorlopen zolang dit speelt.*

Nu staat jouw tarief van vijfduizend straks in de schaduw van zijn eigen rekening van vijftigduizend. Geen verkooptruc. Gewoon de cijfers die hij zelf heeft genoemd.

Wat stilstand kost, is altijd meer dan wat actie kost.

VRAAG 08 / FASE A

“Hoe weet je over drie maanden of dit voor jou heeft gewerkt?”

Wanneer je 'm stelt

Tegen het einde van het gesprek. Pijn, verlies, richting en kosten liggen op tafel. Voor je het voorstel maakt, stel je deze.

Het is geen formaliteit. Wat hij hier zegt, is wat jij straks gaat leveren. Niet meer, niet minder. Luister scherp.

De psychologie

Op het moment dat hij deze vraag hoort, schuiven er drie dingen.

Eén. De vraag verschuift het gesprek naar de toekomst waarin hij al klant is. Het woordje “over drie maanden” zegt impliciet: we gaan dit doen. Geen “als”, maar “wanneer.” Subtiel maar krachtig. Hij stapt mentaal de samenwerking al in terwijl hij antwoordt.

Twee. Het dwingt hem zijn succescriteria te benoemen. Mensen kopen vaag en beoordelen scherp. Door hem nu te laten zeggen wat succes is, voorkom je dat hij straks zegt “ja, maar ik dacht eigenlijk dat het meer zou zijn.” Wat hij hier uitspreekt, is het meetlat waar hij later mee aan komt zetten.

Drie. Het geeft jou je marsroute. Wat hij hier zegt, ga je leveren. Niet aannemen wat hij waarschijnlijk wil. Hem laten zeggen wat hij echt wil. Het bespaart je later veel discussie over verwachtingen die niemand had uitgesproken.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Concreet.

“Als ik twee klanten heb binnengehaald die ik anders had laten lopen.” Goud, helder, meetbaar.

Vraag: “*En hoeveel zou zo'n klant gemiddeld waard zijn?*” Nu telt hij zelf op naar wat de samenwerking hem moet opleveren.

Type 2. Vaag.

“Als ik me beter voel in gesprekken.” Een gevoel is geen criterium. Hij heeft het nodig om concreet te worden. Vraag: *“Hoe zou dat zich vertalen in iets meetbaars?”* Soms moet je samen rekenen. Hoeveel gesprekken per maand, hoeveel klanten, welk percentage.

Type 3. Afhankelijk.

“Dat ligt aan jou, hoe ik me ontwikkel.” Hij legt het bij jou neer. Geef het terug. Vraag: *“Stel je doet je deel. Wat zou jij dan willen kunnen over drie maanden?”* Hij is verantwoordelijk voor zijn eigen doel. Anders ben jij straks verantwoordelijk voor zijn teleurstelling.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **samenvatting.**

Hij heeft een paar dingen genoemd. Speel het hele plaatje terug in één compacte zin, in zijn woorden.

Hij: *Als ik twee klanten heb binnengehaald die ik anders had laten lopen, en als ik me niet meer schuldig voel over mijn prijs.*

Jij: *Dus over drie maanden: twee klanten binnengehaald die je anders had laten lopen, en geen schuldgevoel meer over je prijs.*

Hij hoort zijn eigen lat hardop. Geen interpretatie, geen aanpassing, geen “ik begrijp dat je bedoelt.” Wat er gebeurt: dit is vanaf nu het criterium. Voor jou. Voor hem. Voor wat de samenwerking moet doen. Helder, meetbaar, niet meer terug te draaien.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Mijn traject duurt drie maanden en kost vijfduizend.*

Mark: *OK, en wat krijg ik dan?*

De vraag van een kopende klant is meestal niet “wat krijg ik?” maar “wat ga ik kunnen?” Door zelf het succescriterium niet uit te lokken, dwing je hem in een vergelijking tussen prijs en pakketinhoud. Loze vergelijking.

Met.

Jij: *Hoe weet je over drie maanden of dit voor jou heeft gewerkt?*

Mark: *Als ik twee klanten heb binnengehaald die ik anders had laten lopen. En als ik niet meer een knoop in mijn maag voel als ik mijn tarief noem.*

Jij: *Dus over drie maanden: twee klanten binnengehaald die je anders had laten lopen, en geen knoop meer bij je tarief.*

Mark: *Ja, exact.*

Het criterium ligt op tafel. Vanaf nu praat je niet meer over je traject. Je praat over zijn doel, met jouw aanpak als middel.

Wie zijn eigen lat legt, meet straks niet de jouwe.

“Wat zou je tegenhouden om hier nu mee te starten?”

Wanneer je 'm stelt

Vlak voor Secure. Hij heeft zijn doel benoemd, zijn verlies, zijn richting en zijn criterium. Voor jij de prijs noemt en het voorstel maakt, stel je deze.

Stel 'm rustig. Geen druk in je stem. Je vraagt niet om een toezegging, je vraagt om eerlijkheid.

De psychologie

Drie dingen gebeuren er bij hem zodra de vraag is gesteld.

Eén. Het haalt bezwaren naar boven voordat ze tot uitstel leiden. Wat hij hardop uitspreekt, kun je samen bespreken. Wat hij voor zich houdt, wordt straks “ik laat het je weten.” Een bezwaar dat is uitgesproken, kun je samen kleiner maken. Een bezwaar dat onbenoemd blijft, kost je de klant.

Twee. Het is geen vraag die druk legt. Je vraagt niet of hij gaat tekenen. Je vraagt wat hem zou tegenhouden. Dat is een uitnodiging tot openheid, niet tot beslissing. De meeste prospects waarderen het, omdat ze voelen dat jij geen verkoper bent maar iemand die naast hen staat.

Drie. Het maakt jou een gesprekspartner, geen aanbieder. Een aanbieder duwt door. Een gesprekspartner zegt: laten we eens kijken wat er nog tussen jou en deze stap staat. Dat verschil voel je beide kanten op. Hij ontspant. Jij hoeft niet meer in de verdediging.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Het cliché.

“De prijs.” Standaardantwoord. Bijna nooit het echte bezwaar. Vraag: *“Stel de prijs speelde geen rol, wat dan?”* Nu komt het echte bezwaar boven, en daarmee kun je werken.

Type 2. Het tijdsbezwaar.

“Ik weet niet of ik er nu tijd voor heb.” Vaak een dekmantel voor twijfel of prioriteit. Vraag: “*Wanneer zou je wel tijd hebben, en wat verandert er tussen nu en dan?*” Bijna altijd is het antwoord: niks. Dat is informatie.

Type 3. De echte twijfel.

“Ik weet niet zeker of het bij jou wel gaat werken.” Goud. Zeldzaam. Eerlijk. Vraag: “*Wat zou je nodig hebben om dat wel te weten?*” Hier verkoop je geen traject, je verkoopt vertrouwen. Geef hem wat hij nodig heeft, niet wat jij wil zeggen.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **label**.

Hij noemt een bezwaar. Jij benoemt waar het op rust.

Hij: *Eerlijk gezegd, ik weet niet of ik er nu tijd voor heb.*

Jij: *Het klinkt alsof je je afvraagt of dit het juiste moment is.*

Geen weerlegging, geen tegenvraag. Een spiegel op zijn twijfel. Wat er gebeurt: hij voelt zich serieus genomen. Hij gaat vertellen wat er onder dat tijdsbezwaar zit. Vaak komt nu het echte bezwaar naar boven. En dat is precies waar je 'm hebben wil.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Dus, zullen we starten?*

Mark: *Eh, ik wil het even laten bezinken.*

Klassieke uitkomst. Hij heeft een bezwaar dat hij niet wil uitspreken, en jij hebt geen ruimte gemaakt om het te horen. Resultaat: een week stilte en een nee per e-mail.

Met.

Jij: *Voor we het over het voorstel hebben, één vraag: wat zou je tegenhouden om hier nu mee te starten?*

Mark: *Hmm. Eerlijk gezegd, ik weet niet of ik er nu tijd voor heb.*

Jij: *Het klinkt alsof je je afvraagt of dit het juiste moment is.*

Mark: *Ja, eigenlijk wel. Ik ben best druk.*

Jij: *Wanneer zou je wel tijd hebben, en wat verandert er tussen nu en dan?*

Mark: *Eh. Eigenlijk niet zoveel, denk ik.*

Het tijdsbezwaar viel om in twee zinnen. Niet doordat jij overtuigde, maar doordat hij zelf moest opbiechten dat het geen echte reden was. Vanaf nu is er ruimte voor het echte gesprek.

Een bezwaar dat je hoort, kun je wegnemen. Een bezwaar dat hij inslikt, kost je de klant.

VRAAG 10 / FASE S

“Stel ik kan dit voor je oplossen, wat is dan jouw eerste stap?”

Wanneer je 'm stelt

Laatste vraag voor het voorstel. Bezwaren zijn besproken, criteria liggen vast, richting is helder. Nu vraag je niet of hij gaat starten. Je vraagt hoe.

Het is een open vraag met een gesloten implicatie. Je stelt geen “wil je tekenen?” Je stelt: aangenomen dat dit werkt, wat doe jij?

De psychologie

Deze vraag zet drie dingen in gang, op hetzelfde moment.

Eén. Hij neemt zelf de beslissing. Niet jij sluit hem, hij sluit zichzelf. Dat is het wezen van Secure: geen druk, alleen logica. De vraag geeft hem de ruimte om de stap te benoemen die voor hem voelt als de juiste, en zodra hij die uitspreekt, heeft hij 'm al half gezet.

Twee. Het is een test op hoe serieus hij is. Wie nu een vage eerste stap noemt (“ik ga er nog over nadenken”), is nog niet over. Wie een concrete eerste stap noemt (“dan wil ik volgende week beginnen”), is binnen. Allebei nuttig om te weten, want je weet meteen wat er nog moet gebeuren voor je gaat sluiten.

Drie. Het opent de Secure-fase zonder pressie. Na zijn antwoord kan jij gewoon zeggen “OK, dan zou ik voorstellen om...” en je bent in het voorstel. Geen kunstgreep, geen sluittruc. Een logische overgang die voor allebei aanvoelt als de volgende stap die hoort.

Wat je hoort

Drie soorten antwoorden. Elk vraagt een andere vervolgvraag.

Type 1. Concreet en snel.

“Dan wil ik volgende week kunnen starten.” Hij is binnen. Door naar voorstel. Vraag: “OK, dan zou ik voorstellen om volgende week dinsdag onze eerste sessie in te plannen.” Geen omtrekkende bewegingen meer. Hij is er klaar voor, jij ook.

Type 2. Voorwaardelijk.

“Dat hangt af van wat je voorstelt.” Eerlijk, en redelijk. Geef terug. Vraag: *“Stel het voorstel klopt voor jou, wat dan?”* Niet ontwijken. Hij wil het beeld zien voor hij zich vastlegt. Help 'm.

Type 3. Ontwijking.

“Eerst even een nachtje slapen.” Klassiek uitstel. Vaak een onuitgesproken bezwaar. Vraag: *“Waar wil je over slapen?”* Als hij geen helder antwoord heeft, was de “nachtje slapen” al een nee. Beter nu helder dan over een week.

Wat je terugspeelt

L-techniek: **samenvatting.**

Aan het einde van het gesprek, voor je het voorstel doet, speel je het hele gesprek terug. Niet alles. De vier of vijf dingen die hij zelf heeft genoemd en die er toe doen.

Hij: *Dan wil ik volgende week kunnen starten.*

Jij: *Dus we hebben gehoord: je laat per maand drie klanten lopen, dat kost je rond de vierduizend, je wil binnen drie maanden weten dat je sterker staat in gesprekken, en je wil volgende week starten.*

Alles bij elkaar. In zijn woorden, in de volgorde zoals hij het zelf heeft uitgesproken. Wat er gebeurt: hij hoort zijn eigen verhaal als één geheel, met logica en richting. Vanaf hier is het voorstel geen aanbod meer. Het is de volgende zin in een verhaal dat hij zelf heeft verteld.

Met deze vraag versus zonder

Zonder.

Jij: *Dus, ben je over?*

Mark: *Ik denk er over na.*

Te direct, te vroeg, te plat. De vraag dwingt hem in een ja of nee, en als hij niet honderd procent zeker is, kiest hij voor “even nadenken.” Dat is een nee in een groen jasje.

Met.

Jij: *Stel ik kan dit voor je oplossen, wat is dan jouw eerste stap?*

Mark: *Ik denk: dan wil ik volgende week kunnen starten.*

Jij: *Dus we hebben gehoord: drie klanten per maand die je laat lopen, rond de vierduizend kosten, drie maanden om sterker te staan in gesprekken, en je wil volgende week beginnen.*

Mark: *Ja, klopt.*

Jij: *Dan zou ik voorstellen om dinsdag onze eerste sessie te plannen. Werkt dat?*

Mark: *Ja, doe maar.*

Geen close, geen druk, geen technieken. Een logische overgang van zijn eerste stap naar de eerste sessie. Dat is wat Secure betekent als de eerste vier fases goed hebben gedaan wat ze moesten doen.

Wie zelf zijn eerste stap noemt, heeft 'm al gezet.

TOT SLOT

De volgorde, en wat je nooit moet doen.

Tien vragen. Niet allemaal in elk gesprek, niet altijd in deze volgorde. Maar dit is wel de lijn die een goed gesprek volgt. Eerst openen, dan graven, dan kosten en richting, dan beslisser en criterium, dan bezwaren en eerste stap.

De volgorde in het kort

- Vraag 01. Waarom nu dit gesprek. (Open de fase Study.)
- Vraag 02. Hoe lang speelt dit al. (Maak het een patroon, geen incident.)
- Vraag 03. Wat al geprobeerd. (Test serieusheid en concurrentie.)
- Vraag 04. Wat als je niets doet. (Zet inactie op de rekening.)
- Vraag 05. Hoe ziet succes eruit. (Maak de richting concreet.)
- Vraag 06. Wie beslist mee. (Zichtbaar maken wie er nog meer in het spel zit.)
- Vraag 07. Wat kost dit nu. (Zet pijn om in cijfers.)
- Vraag 08. Hoe weet je dat het werkt. (Leg het criterium vast.)
- Vraag 09. Wat zou je tegenhouden. (Haal bezwaren naar boven.)
- Vraag 10. Wat is je eerste stap. (Laat hem zichzelf sluiten.)

Wat je nooit moet doen

- Vragen stellen om te checken of jij gelijk hebt. Dat is geen vragen, dat is bevestiging zoeken. De prospect voelt het en sluit dicht.
- Doorvragen op antwoorden die je niet hebt begrepen, alsof je ze wel hebt begrepen. Vraag eerlijk: "Wat bedoel je daar precies mee?"
- Antwoorden geven op vragen die hij niet gesteld heeft. Dat is praten over jezelf. En dit

playbook ging precies over het tegenovergestelde.

- De vragen oplezen alsof je een script afwerkt. Lees ze, leer ze, leg het weg, en stel ze als gesprek. Een prospect ruikt een script binnen drie zinnen.

Wat nu?

Probeer drie van deze vragen in je eerstvolgende gesprek. Niet alle tien tegelijk. Begin met vraag 01, vraag 04 en vraag 09. Dat is de minimale combinatie om het verschil te voelen.

Werkt het, dan weet je waar je het volgende stuk methodiek vandaan haalt. Werkt het niet, dan heb je in elk geval een gesprek gehad waarin je niet meer over jezelf hebt gepraat. Dat is op zich al winst.

Wie vragen stelt, leidt het gesprek. Wie het gesprek leidt, beslist hoe het afloopt.

Wie dit schreef



Ik heb bijna twintig jaar verkoopgesprekken gevoerd. Aan de deur begonnen, later aan tafel met directies. Deals gesloten waar ik trots op ben, en gesprekken verprutst waar ik 's nachts wakker van lag. Ergens onderweg viel het kwartje: de beste verkopers praten het minst en vragen het meest.

Dat is wat ik bij SalesDaddy doe. Ik leer dienstverleners verkopen zonder dat ze zich een verkoper voelen. Geen trucjes, want die ruikt je prospect binnen drie zinnen. Alleen betere vragen, op het juiste moment.

Dit playbook is een stuk van hoe ik dat aanpak. Werkt het voor je, dan weet je me te vinden.

Jeffrey Wildeboer

SalesDaddy