

INTERNATIONALE PUBLICATIES OVER SALES

In de zakelijke dienstverlening is de professional zelf het product waarvoor een potentiële opdrachtgever al dan niet kiest. Voor de meeste professionals geldt echter dat zij 'van huis uit' een ander vak hebben, zoals bijvoorbeeld organisatieadviseur, ingenieur, accountant, advocaat of trainer. Opdrachten binnenhalen is voor velen van hen een compleet nieuw en ander vak.



Wat maakt een boek tot een bestseller? Daartoe is het nodig dat het boek in een duidelijke behoefte voorziet bij een omvangrijke doelgroep. Ik zou echter auteur Frank Kwakman tekort doen, als ik het succes van het boek 'Professionals & Acquisitie' uitsluitend zou toeschrijven aan de manifest aanwezige behoefte bij een omvangrijke doelgroep. Het boek zelf stelt allerminst teleur. Er is overduidelijk goed nagedacht over de opzet. Zowel het proces van acquireren komt gedetailleerd en helder aan bod ('welke stappen moet ik achtereenvolgens zetten?'), alsook de daarvoor vereiste kerncompetenties ('wat moet ik als acquisiteur zoal beheersen?'). Ten slotte is er ook ruim aandacht voor de wijze waarop je acquisitie binnen een bedrijf of instelling organiseert.

Een interessant onderwerp is bijvoorbeeld de zogenaamde 5A-gespreksaanpak: het bewust doorlopen van de fasen Antenne - Agenda - Aandacht - Aanbod en Afstemming, maar dan bekeken vanuit het gezichtspunt van de potentiële opdrachtgever. In het eerste acquisitiesprek gaat immers al vaak veel mis en ook een professional heeft maar één keer de kans om een goede eerste indruk te maken.

Het boek is tamelijk volledig en de inhoud wordt steeds goed onderbouwd. De lezer herkent hierin duidelijk het wetenschappelijke 'handschrift' van de auteur. Er is daarnaast echter ook veel ruimte en aandacht voor praktische tips. Bijvoorbeeld, wissel met collega's eens wat vaker successen en mislukkingen uit. En ga niet altijd alleen praten. Zet op papier wat het onderscheidende is aan jezelf, aan je bureau en aan je producten en/of

diensten. En zorg ervoor dat je dat verhaal in één minuut vlot voor het voetlicht kunt brengen. Breng niet al te snel een offerte uit. Wees vooraf al duidelijk over je prijsstelling, enzovoorts. Zelfs onderwerpen als 'Wat trek je eigenlijk aan bij het eerste acquisitiesprek' en 'in wat voor auto kun je je nu wel en niet vertonen' passeren de revue. De hier en daar in het boek opgenomen interviews met professionals over hun eigen acquisitiepraktijk bieden stof tot nadenken en vergroten de herkenbaarheid van de behandelde onderwerpen voor de lezer.

Gelukkig is 'Professionals & Acquisitie' ook een realistisch boek. Kwakman stelt terecht dat het boek geen tovermiddel is en dat koude acquisitie niet of nauwelijks effecten sorteert. In die zin onderkent hij het belang van een goed relatiebeheer op het succesvol acquireren van nieuwe opdrachten. Hoewel het boek tamelijk volledig is, zou meer aandacht op z'n plaats zijn geweest voor de vraag hoe het zelfvertrouwen van de acquirerende professional te vergroten. Want daar mankeert het in heel veel gevallen aan, met name bij de wat jongere en minder ervaren professional, zo merk ik in mijn trainingen. Zoals Kwakman terecht schrijft is de professional zelf het product. Maar dat product is een dienst, dus van nature immaterieel en derhalve moeilijk te beoordelen voor de opdrachtgever. Terwijl deze wel geacht wordt zich 'over te geven' aan de professional.

De combinatie van die drie factoren, het verkopen van een dienst, altijd al lastig, het feit dat het om het aanprijzen van de eigen persoon gaat, plus het gegeven dat de professional van huis uit meestal geen verkoper is, vraagt om heel veel

zelfvertrouwen. Zelfvertrouwen aan de ene kant van de tafel leidt namelijk al snel tot meer vertrouwen aan de andere zijde. Elke professional weet, dat als je het zo druk hebt dat je een opdracht eigenlijk niet nodig hebt, de kans op succes het allergrootste is.

Wie beweert dat veel van wat in 'Professionals & Acquisitie' staat (deels) bekend is heeft natuurlijk gelijk. Maar de beste managementboeken gaan over zaken die je eigenlijk al wel weet of aanvoelt, maar onvoldoende toepast. Een goed boek zet je daartoe aan en daagt je uit. 'Professionals & Acquisitie' doet dat. Door structuur aan te brengen, handvatten te bieden, tips te geven, ervaringen van collega-professionals aan te reiken en je te dwingen na te denken over je eigen acquisitiepraktijk.



Professionals & Acquisitie
Auteur: Frank Kwakman
Academic Service / Verschijningsjaar 2002
ISBN-13: 9789052614137

Auteur: Richard Austie

Socrates Sales & Management Trainingen
www.socrates-trainingen.nl

Nyenrode Sales Leadership Masterclass
www.nyenrode.nl/slm