

INTERNATIONALE PUBLICATIES OVER SALES

Het vakgebied sales mag zich verheugen in een toenemende belangstelling. Steeds vaker worden sales issues op boardroom niveau besproken en beslist. Ook vanuit de wetenschap zie je een toenemende belangstelling voor sales. Met de komst van het wereldwijde web is iedereen het er over eens dat sales toegevoegde waarde moet creëren in plaats van louter toegevoegde waarde communiceren door middel van kenmerken, voordelen en bewijzen. Als sales professional zie ik echter een tweespalt. Aan de ene kant van het continuüm bevinden zich de traditionelen die de verkoper als vooruitgeschoven pion centraal stellen als doorslaggevende factor en aan de andere kant van het continuüm bevinden zich de onconventionelen die de wijze waarop sales in de organisatie is ingericht centraal stellen. Wie er gelijk heeft? Beslist u zelf!



In zijn boek 'Good to Great', drukt Jim Collins ons nog eens met de neus op de feiten. Het hart en de ziel van elk zakelijk succes wordt gevormd door mensen, niet door het hebben van een onderscheidende technologie of het door hebben van de mooiste site op het net. Uit onderzoek naar de reden waarom topbedrijven excelleren, komt naar voren dat zij in hun aanpak geen genoegen nemen met 'goed genoeg'.

De crux om te excelleren zit in een iets meer verfijnde strategie en door net die kleine inspanning extra te leveren. Het gaat erom mensen hiervoor te motiveren en ze te betrekken in het creatieve proces.

Jim Collins heeft in zijn boek het tegenovergestelde gedaan van vele conventionele schrijvers. Vaak hebben business denkers en schrijvers een mening die zij proberen te verdedigen door allerlei voorbeelden aan te halen en deze aan te passen aan de eigen filosofie om zo het eigen standpunt te rechtvaardigen. Persoonlijk geloof ik dat vele praktijkvoorbeelden zoals die van General Electric, Coca Cola en 3M net te vaak zijn gebruikt en de bijbehorende theorieën gedateerd.

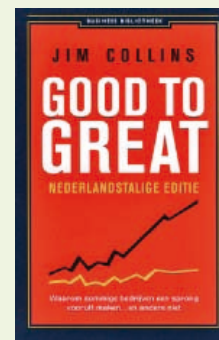
Jim Collins deed het tegenovergestelde, hij onderzocht en verzamelde een gigantische hoeveelheid informatie en kwam daarna met een theorie en conclusie.

Voor de 'denkers' onder ons (die op zoek zijn naar feiten en cijfers) wel zo prettig. Een boek wat eigenlijk niet mag ontbreken in uw verzameling is 'The World Is Flat' van Thomas L. Friedman. De auteur beschrijft op onnavolgbare wijze de ongeplande cascade van technologische en sociale verschuivingen waardoor de economische wereld een stuk 'platter' is geworden. Vandaag de dag zijn individuen en kleine groepen mensen met alle kleuren van de regenboog met elkaar verbonden. Friedman's lijst met 'platmakers' bevat de val van de Berlijnse muur, het ontstaan van netscape, de dotcom hausse, het ontstaan van software platforms die een wereldwijde samenwerking mogelijk maakte en de groei van outsourcing, offshoring, supply chains en insourcing. De overgang naar deze nieuwe platte wereld is rond 2000 ontstaan en maakt het via het wereldwijde web mogelijk dat kennis en werk worden gedeeld ongeacht tijdstip, afstand, plaats en steeds meer ook taal.

Tijdens het ontstaan van dit wereldwijde platform stonden drie gigantische economieën, die van India, China en de voormalige Sovjet Unie in één klap niet langer langs de zijlijn, maar stapten het speelveld op.

Globalisering is een gegeven, de wijze waarop te concurreren in de nieuwe wereld vergt aandacht.

Good to Great
Why Some Companies Make the Leap... and Others Don't
Jim Collins
ISBN-10: 0066620996



The World Is Flat
A Brief Update of the Twenty-first Century
Thomas L. Friedman
ISBN-10: 0374292884



Auteur: Richard Austie

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

Nyenrode Sales Leadership Masterclass
www.nyenrode.nl/slm