



De wereld door de ogen van een loopbaancoach

Waarom iemand overtuigen makkelijker is dan dat je denkt

'We're all in sales now!'. Zo sprak Daniel Pink tijdens een presentatie voor de RSA. Een super interessant gegeven. Want ondanks dat het gros van de mensen zich erg graag zou willen distantiëren van verkopers zijn we in de waan van de dag vooral druk bezig met... verkopen. Juist ja. Hoe zit dat? En als je dan onbewust aan het verkopen bent, hoe kan je dat dan zo effectief mogelijk doen? Waarom is iemand overtuigen misschien wel makkelijker en natuurlijker dan dat je zou denken?

Volgens één van de onderzoeken die Pink aanhaalt zijn 'niet-verkopende-verkopers' toch nog ongeveer 40% van hun werkzame tijd bezig met verkopen. Wat is een 'niet-verkopende-verkoper' hoor ik je denken. Een 'niet-verkopende-verkoper' is iemand die niet een product of dienst verkoopt in ruil voor geld, maar die wel mensen wil overtuigen. Bijvoorbeeld om je team mee te krijgen in een nieuw idee. Of je baas te overtuigen om ergens geld in te investeren. Of waarom jouw idee voor het jaarlijkse teamuitje toch echt het beste idee is. En allicht kan je er zelf nog wel een paar bedenken.

Of we het willen of niet, ieder van ons wilt iets verkopen. *Ik bied jou X in ruil voor jou Y*. Of Y nou staat voor geld, aandacht, tijd of energie... dat maakt niet uit. Het principe en concept zijn hierin hetzelfde. Dus ondanks dat verkopers over het algemeen een slechte reputatie hebben moeten we ons beseffen dat we zelf ook dagelijks flink aan het verkopen zijn.

Vaak maken we, bewust of onbewust, een verkeerde aanname als we het over verkoop hebben. Want verkopers zouden achterbaks, slinks, geld gedreven en agressief zijn. Toch? Begrijp me niet verkeerd, zogenaamde 'hardsellers' bestaan en zien hun klanten als wandelende portemonnees. En niet als mensen. Maar echt niet iedereen is een zogenaamde hardseller. Niet iedereen verkoopt een product, dienst of idee door dwingend te handelen of door onjuistheden te vertellen.

Overtuig jij je kinderen om de kamer op te ruimen door een leugen te verkondigen? Of door ze af te schrikken met een sanctie of om te kopen met een beloning? Dit lijken allemaal standaard oplossingen die op de korte termijn succesvol kunnen zijn, maar op de lange termijn niet per sé duurzaam zijn.

Wat zou je wel kunnen doen?

Bij een transactie (Ik geef jou X in ruil voor Y) is het de bedoeling dat beide partijen winst behalen. Ik betaal geld aan een winkel zodat het product dat ik aanschaf een behoefte vervuld of een probleem voor me oplost. Zodra beide partijen winst behalen spreken we over een succesvolle en duurzame transactie. De 'koper' is overgehaald. Of liever gezegd; ziet dat het probleem is opgelost.

Sleutelwoord in overtuigen en het begrijpen van de directe- en indirecte behoeften is 'empathie'. Zodra je iemand wil overtuigen vanuit empathie betekent het dat je niet jouw standpunt wil doordrukken maar dat je een oplossing wil bieden voor iemand. Door je te verplaatsen in een ander, iemands zorgen en wensen te begrijpen en te erkennen kan je met jouw oplossing/idee/product/dienst/etc de levens van jullie beide verbeteren. Een win-win situatie dus.

Hoe kan je jouw empathisch vermogen verbeteren. Simpelweg door nieuwsgierig te zijn. Laat dus al je overtuigingen en aannames thuis en ga vol nieuwsgierigheid het gesprek in. Durf ook om door te vragen of om zelfs de emotionele connectie aan te halen. Betekent dit dat zo'n gesprek alleen maar over gevoelens van de ander gaat? Absoluut niet. Maar een emotionele verbintenis aan een op te lossen probleem of behoefte geeft meer kleur en betekenis aan deze behoefte zodat je hier beter op kan inspelen. Als je echt leert luisteren, dus www.hou-je-waffel.nl, en niet alleen luistert naar het verbale gedeelte (gesproken woorden) maar ook naar het non-verbale deel (lichaamstaal, intonatie, blik in de ogen, etc) kan je zoveel wijzer worden!

En met die kennis die jij hebt kan jij het product/dienst/idee/investering/etc aanbieden. Als de andere persoon investeert in jou, welk rendement krijgt deze dan? Wat is de winst? Welk probleem wordt voor deze persoon opgelost? Doordat je beter begrijpt waar de ander naar zoekt kan jij met de juiste argumenten komen om je oplossing te pitchen.

Verkopen. Het blijft een woord waar voor de meeste mensen een wansmaak aan hangt. Maar eigenlijk is verkopen is heel menselijk. Want door juist niet het stereotype beeld van de verkoper over te nemen word en blijf je menselijk en kan je anderen vanuit respect overtuigen. En juist die menselijkheid, de oprechte interesse in de ander en het aanbieden van een oplossing zorgt ervoor dat we allemaal verder komen.

We're all in sales now.