

Koud Bellen: Grrr...

Drs. Victor Bonke

Deze boekuitgave *Koud bellen: brrr...* verscheen eerder onder ISBN 97890-8570-562-8 in een hardcover uitvoering.

1ste druk, juni 2010
2de druk, december 2010
3de druk, juni 2011
4de druk, januari 2012

Colofon

1^e druk januari 2012

Koud bellen: brrr...
© Victor Bonke, 2010
www.acquiro.nl



Auteursbegeleiding en -advisering:
Nederlands Auteurs Bureau, Blaricum

Redactie: TekstBeeld/Haarlem
Illustraties: Nisvan van Zijl

Uitgeverij Boekenbent
ISBN 97890-8570-931-2 | Paperback
ISBN 97890-8570-562-8 | Hardcover
NUR: 802, 164

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgenomen in een geautoriseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of enige wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever en de auteur.

Quotes

Ingrid van Sloun, interim acquisiteur bij Commcom:

“Het boek sluit aan bij een behoefte die steeds meer vanuit de markt heerst (...): *'waar blijft dan toch die omzet?'* Bedrijven zullen het heft in eigen hand moeten nemen want een afwachtende houding leidt absoluut tot achteruitgang!”

Adriaan Wagenaar, eigenaar van Satori strategy:

“Praktisch doe-boek, geschreven door een enthousiaste ervaringsdeskundige. Een verademing ten opzichte van de Amerikaanse *'how-to'* boeken die zichzelf na twee hoofdstukken al herhalen in algemene voorbeelden.”

Iwan Wiegman, business development manager van Heuvelman Sound & Vision:

“Heeft jouw salesforce moeite met het binnenhalen van nieuwe klanten? Haal eerst Acquiro binnen, dan volgen de nieuwe klanten daarna!”

Hans Pepers, ontwikkelingsmanager van CRA Vastgoed:

“Praktische tips voor een moeilijke, ongrijpbare materie.”

Inhoud

Quotes	5
Voorwoord	13
Introductie	15
Geschiedenis van koude acquisitie	17
Voor wie is het bedoeld?	18
De structuur	18
Hoofdstuk 1: Het belang van koude acquisitie	21
1.1 De definitie	22
1.2 Business-to-business (B2B)	22
1.3 Online sociale netwerken	23
1.4 Het verleidingsproces	24
Mijn belangrijkste aandachtspunten	25
Hoofdstuk 2: New business development	27
2.1 'Status aparte'	28
2.2 Tijd en waardering	29
2.3 Eigen ruimte	30
2.4 Het goede voorbeeld geven	30
Conclusies	30
Gouden tip	31
Hoofdstuk 3: Hunters & Farmers	33
3.1 Rol management	34
3.2 Hoeder van klanten (<i>Farmer</i>)	34
3.3 Jager op prospects (<i>Hunter</i>)	35

3.4	Individuele identiteit	36
3.5	(Omzet)doelstellingen voor de <i>Hunter</i>	36
3.6	Kwantitatieve én kwalitatieve doelen stellen	37
3.7	Combinaties van rollen	38
	Conclusies	38
	Gouden tip	39
	Hoofdstuk 4: De RATRACE	41
	R eflexie	43
	A nder centraal	43
	T iming	43
	R apport creëren	44
	A fspraak verkopen	44
	C oncentratie	44
	E nthousiasme	45
	Hoofdstuk 5: Reflectie	47
5.1	Wie ben ik en wat doe ik als organisatie?	47
5.2	Welke organisaties zijn voor mij interessant?	50
5.3	Wie wil ik spreken?	51
5.4	Wat is mijn opening in het gesprek?	51
5.5	Hoeveel adressen moet ik bellen?	53
5.5.1	De rekensom	55
5.6	Adressenbestanden kopen, huren of zelf verzamelen?	56
5.6.1	Vragen aan de adressenleverancier	56
5.6.2	Listbrokers	57
5.6.3	Zelf adressenbestanden aanleggen	57
5.7	Targetlijsten maken	58
	Conclusies	59
	Gouden tip	60
	Mijn belangrijkste aandachtspunten	61
	Hoofdstuk 6: Ander centraal	63
6.1	De begroeting	64

6.2 De openingszin	65
6.2.1 Hoe kan het beter?	66
6.2.2 Cryptische omschrijving	68
6.2.3 Aangrijpingspunten	68
6.3 Komt het uit?	70
6.3.1. Stoor ik of bel ik gelegen?	71
6.3.2 Op welk moment in het gesprek?	71
6.4 De <i>elevator-pitch</i>	73
6.4.1 Pijn, <i>issue</i> of verlangen	73
6.4.2 (Ver)helpen of voorkomen	75
6.4.3 <i>Unique Selling Point</i> (USP)	76
6.4.4 Voorbeeld <i>elevator-pitch</i> Acquiro	77
6.5 Het vervolgesprek	78
6.6 Gespreksstructuur en ideaalscript	79
6.7 De afspraak	81
Conclusies	82
Gouden tip	83
Hoofdstuk 7: Timing	85
7.1 <i>Calling out-of-the-box</i>	85
7.1.1 's Ochtends vroeg	86
7.1.2 Tussen de middag	86
7.1.3 Eind van de dag	87
7.2 Effectieve en minder effectieve dagen	88
Conclusies	89
Gouden tip	89
Hoofdstuk 8: Rapport creëren	91
8.1 De belangrijkste manieren om <i>rapport</i> te creëren	93
8.1.1 Een normaal gesprek	93
8.1.2 Oprechte interesse	94
8.1.3 Vragen stellen	95
8.1.4 Gezamenlijkheid	95
8.1.5 Stemgebruik	96
8.1.6 Zelfde taalgebruik	97

8.1.7 Authenticiteit	98
8.1.8 Beperkte duur	99
Conclusies	99
Gouden tip	100
Mijn belangrijkste aandachtspunten	101
Hoofdstuk 9: Afspraak verkopen	103
9.1 Minimale inhoud	104
9.2 Wanneer?	105
Conclusies	106
Gouden tip	107
Hoofdstuk 10: Concentratie	109
10.1 <i>Plan</i> het in je agenda!	109
10.2 Weg met de afleiders	110
10.3 Aparte kamer	111
Conclusies	112
Gouden tip	112
Mijn belangrijkste aandachtspunten	113
Hoofdstuk 11: Enthousiasme	115
11.1 <i>C'est le ton qui fait la musique</i>	116
11.1.1 Plezier in je werk	116
11.1.2 Levendig praten	116
11.1.3 <i>Smile when you dial</i>	117
Conclusies	118
Gouden tip	118
Mijn belangrijkste aandachtspunten	119
Hoofdstuk 12: Obstakels	121
12.1 De assertieve secretaresse	121
12.2. Strategieën voor een afspraak met de baas	123
12.2.1 Slijmen	123
12.2.2 Gebruik de eigen secretaresse	124
12.2.3 Hulp vragen	124

12.2.4	Zij regelt het	125
12.2.5	<i>A pitch for the bitch</i>	125
12.3	Trucs	126
12.3.1	Mobiel geprobeerd	126
12.3.2	Afwezig?	126
12.3.3	Ander nummer proberen	127
12.3.4	Kort vraagje	127
12.3.5	Referentie	127
12.4	Het Bel-me-niet register	128
12.4.1	Bestaande klanten en het register	129
12.4.2	Bedrijven en het register	130
	Conclusies	131
	Gouden tip	132
	Mijn belangrijkste aandachtspunten	133
Hoofdstuk 13:	Tegenwerpingen	135
13.1	Tegengas	136
13.1.1	De zoveelste...	136
13.1.2	Hebben we al...	137
13.1.3	Documentatie	137
13.1.4	Geen interesse	138
13.1.5	Geen tijd	139
13.1.6	Later terugbellen	139
13.1.7	Prijs	140
13.2	Algemene benadering	140
13.3	Hoe lang moet je doorgaan?	141
	Conclusies	142
	Gouden tip	142
	Mijn belangrijkste tegenwerpingen en mijn reactie	143
Hoofdstuk 14:	Weerstand tegen koude acquisitie	145
14.1	Er dwars doorheen	147
14.2	Niet persoonlijk aantrekken	147
14.3	Wat is er zo erg aan...	148
14.4	Succes smaakt naar meer	148

Conclusies	149
Gouden tip	149
Hoofdstuk 15: Alle tips in het kort	151
Appendix	153
Activiteiten van Acquiro	153
Presentaties	153
Workshops	153
Workshop Aan Tafel...	155
DVD's	156
Over de auteur	157
Dank	159