

## Belemmert "karrensporengedrag" uw verkoop?

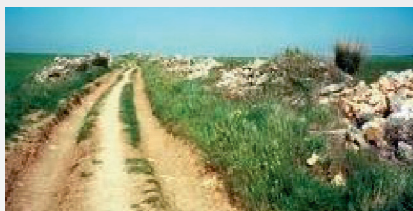
*Heeft uw bedrijf last van ingesleten patronen?*

*Heeft u uw sturing aangepast aan de marktsituatie?*

*Realiseert uw organisatie de commerciële doelen die u wenst?*

**M**ensen zijn gewoontedieren. Zij gedragen zich op de manier waarbij ze zich zelf het prettigst voelen. In bedrijven is dit gedrag terug te zien in ingesleten patronen waarin zich vaak de persoonlijkheid van de oprichter dan wel directeur weerspiegelt. In de huidige stagnerende en krimpende markten kan dit een probleem zijn als er juist een geheel ander gedrag vereist is. Zo is in een markt die niet meer zo willig is, echt verkopen vele malen moeilijker dan het te woord staan van een klant die toch wel koopt. Klanten willen meer voor minder geld en zijn veel kritischer op wat ze voor hun geld krijgen. Alleen al het vasthouden van bestaande klanten stelt dan hogere eisen, wat ook van invloed is op de klantverwachtingen t.a.v. alle activiteiten na de verkoop. In dit soort situaties is het belemmerend als een organisatie vast blijft lopen in een "karrensporengedrag" dat hoort bij de tijd dat klanten nog op het bedrijf zaten

te wachten. Zeker als dit tot ontreddering leidt terwijl concurrenten het beter doen.



### Lukt het u "karrensporengedrag" te doorbreken?

De resultaten van een bedrijf zijn terug te zien in commerciële, operationele en financiële prestaties.

Deze zijn doorgaans beter als er vooraf doelen gesteld zijn, waarbij de lat voldoende hoog ligt en medewerkers kritisch worden beoordeeld op hun concrete bijdrage hieraan. Het stellen van doelen en het aan- en bijsturen aan de hand van feedback is een directietaak, waarbij deze de bijbehorende taken, verantwoordelijkheden en bevoegdheden kan delegeren. Wel is zij zelf als eerste en laatste verantwoordelijk alles te doen aan de randvoorwaarden om de doelstellingen haalbaar te maken.

Kijkt u regelmatig in de spiegel om te zien of u met uw mensen bereikt wat u vooraf van plan was?

Realiseert u zich wat voor gedrag u zelf laat zien als de resultaten tegenvallen? Kunt u dan kritisch op u zelf reflecteren, de werkelijke oorzaken achterhalen en effectieve maatregelen treffen? Of heeft u de neiging de oorzaken buiten uzelf te zoeken en anderen te verwijten dat het alleen aan hen ligt?



Ir. Wim Tuijpp MBA, directeur/eigenaar Tuman BedrijfsAdvies

### Slaagt uw organisatie erin echt te verkopen?

Effectieve ondernemers weten de gelaagdheid in vraagstukken goed te scheiden en communiceren. Zij brengen hun mensen tot het gedrag dat nieuwe situaties vereisen en voorkomen zelf te defensief of juist te aanvallend te reageren omdat dit tot verlies aan vertrouwen leidt. Zij vermijden hierdoor energie, geld en tijd te verliezen met negatief gevolg voor de prestaties wat doorstraalt naar buiten. Bedrijven kunnen dat zeker in een teruglopende markt niet gebruiken. Dan is het immers alle hens aan dek. Soms hebben ondernemers door hun "blinde vlekken" zelf niet in de gaten wat er precies aan de hand is. Ook komt het voor dat een ondernemer zelf niet meer in zijn eigen succes gelooft.

In dit soort situaties is dringend een heroriëntatie nodig met prioriteit bij het commerciële proces. Verkopers moeten leren te verkopen op basis van een goede relatie met hun klant en wat deze echt wil. Dit vereist inlevingsvermogen, deskundigheid, overtuiging en vertrouwen in eigen kunnen. Een gedegen heroriëntatie kan snel resultaten geven, mits ook alle andere betrokkenen in de organisatie daadwerkelijk uit hun eigen "karrensporen" treden ter ondersteuning van de commercie. Uiteindelijk kan dit resulteren in effectief gedrag dat leidt tot de onderscheidende prestaties waarvoor klanten bereid zijn opdracht te geven, de rekening op tijd te betalen en liefst ook weer gauw terug te komen.

**Tuman**  
BEDRIJFSADVIES

Tuman helpt ondernemers aan betere bedrijfsresultaten en meer concurrentiekracht door praktisch advies dat werkt. Tuman versnelt probleemoplossing, kansbenutting, prestatieverbetering en bedrijfsontwikkeling in technische bedrijven. Interesse in een vrijblijvend gesprek? Bel 06 44 748 327, mail wtuijpp@tuman.nl of kijk op [www.tuman.nl](http://www.tuman.nl).