

The Sales Embassy organiseert Telecom Sales Trainingen

# Als je het verleden kent,

**Verkopen is een kunst, dat zal niemand ontkennen. Het verkopen van telecomproducten en -diensten is misschien nog wel eens extra ingewikkeld vanwege de scheiding tussen hardware, software en infrastructuur. Door die specifieke complexiteit raken de reguliere verkooptrainingen vaak niet de juiste snaar bij de deelnemers. Daarom start The Sales Embassy met een specifieke verkooptraining voor de telecombranche.**

door HP van Tilburg

**D**e twee mannen achter The Sales Embassy, Hanswerner Davids en Pieter van Tienen, hebben allebei een verleden in de telecom. Een aantal jaren geleden besloten ze hun kennis en kunde op het gebied van verkooptechnieken te gaan gebruiken voor het geven van verkoopadviezen en trainingen. Hanswerner zegt daarover: "Verkopen is altijd al een passie van mij geweest. Veel men-

sen zien verkopen als een van de moeilijkste dingen die er zijn, maar ik vind het juist heel leuk. Ik denk trouwens ook dat het een voorwaarde tot succes is dat je er lol in hebt. Het is echter ook een kip-eiverhaal. Uiteraard krijg je meer lol in het verkopen als je succes hebt. Daarom hebben wij trainingsprogramma's ontwikkeld waarmee de verkoper praktische handreikingen krijgt waarmee hij of zij aan de slag kan.



# begrijp je het heden beter

Wij willen onze klanten echt laten zien hoe het verkoopproces efficiënter en doelgerichter ingericht kan worden. Training van de *salesforce* is cruciaal voor een maximaal renderende verkooporganisatie. Het continu aanscherpen van de salesvaardigheden en het op de hoogte blijven van de nieuwste salestechnieken is van onschatbare waarde in een markt waarin de salesman of -vrouw het verschil maakt. Vanuit die visie heb ik de The Sales Embassy opgericht. Wat later heeft Pieter van Tienen zich bij ons aangesloten. Aangezien Pieter en ik allebei jaren in de telecom hebben gewerkt, kriebelt het bij ons altijd als het gaat om klanten in de telecom. Gelukkig hebben we die al voldoende, maar nu willen we ons met onze opleidingen ook wat meer op de open markt gaan richten. Er zijn op dit moment geen gerichte trainingen van de verkoper in de telecommarkt, en dat terwijl hier toch heel specifieke zaken spelen. Daar willen wij nu juist op inspelen. De verkoper moet zich tijdens een training wel kunnen herkennen in de materie waarin hij getraind wordt. Overigens is het zo dat we ons in eerste instantie met name zullen richten op de verkoop van telecomproducten voor de zakelijke markt. Daar zijn toch weer wat andere vaardigheden nodig dan in de consumentenmarkt. Het leuke van deze training is dat je op één dag al een heel groot verschil kunt gaan zien bij de deelnemers."

The Sales Embassy zal het inhoudelijke programma afstemmen op de actualiteit van de telecommarkt anno 2010. Dat betekent dus dat de deelnemers getraind worden op basis van producten en diensten die vandaag de dag verkocht moeten worden. Uiteraard zijn dat mobiele proposities, maar ook de convergentie met het vastnet komt aan bod. "Maar", voegt Pieter van Tienen daar aan toe, "het gaat die dag niet om het uit de doeken doen van de technische situatie in de telecommarkt, want daar weet iedereen voldoende van. Het gaat veel meer om het geven van inzichten en het aanleren van vaardigheden, maar dan wel aan de hand van concrete telecomvoorbeelden. De traditionele telecomverkoper verkoopt zijn producten met name vanuit de technische kant, terwijl dat aan de businesskant zou moeten gebeuren. Als het technisch wordt zien bedrijven vaak alleen maar de kosten, terwijl ze aan de businesskant al snel de voordelen en opbrengsten zien. Verkopers moeten de voordelen van de nieuwe producten en diensten laten zien. De belangrijkste voorwaarde voor deze nieuwe manier van verkopen is dat de verkoper wel bij de juiste persoon om de tafel moet zien te komen. Wij gaan de deelnemers aan de cursus leren om ten eerste het juiste niveau te leren inschatten en ten tweede manieren aan de hand doen om dit niveau te kunnen benaderen. Een directeur of ceo lijkt in eerste instantie misschien niet de persoon die over telecom en it gaat, maar is uiteindelijk wel degene die de beslissingen neemt. En je zult zien

dat deze persoon met de juiste motivatie en benadering wel degelijk heel enthousiast gemaakt kan worden. Vergeet niet dat telecom en it bij het kritische primaire bedrijfsproces horen. Stel bijvoorbeeld maar eens de vraag wat er gebeurt als het bedrijf een dag niet bereikbaar is voor klanten. Nou, dan heb je absoluut de aandacht."

Tot slot voegt Hanswerner daar nog aan toe: "Een van de statements die wij gebruiken bij onze trainingen is: 'Als je het verleden kent, begrijp je het heden beter en vergroot het je verkoopkansen'. Als je die uitspraak plakt op de telecomsector, dan moet je je realiseren dat er sinds de millenniumwisseling heel veel veranderd is in het beslissingsproces rondom telecom. Vroeger lag de verantwoordelijkheid voor telecom bij iemand die ook de gebouwen, catering en planten regelden. Tegenwoordig maakt telecom, zoals Pieter net zei, deel uit van het primaire proces. Er is geen bedrijf dat zonder een goede telecom- en it-infrastructuur kan. Telecom is een grote kans om tijd en reiskosten te besparen. Het leuke is dat daar steeds meer kostenbesparende middelen bij komen zoals *track & trace*. Welke directeur vindt het nu niet leuk om daar met een deskundige over te praten?"

Pieter van Tienen is zijn professionele loopbaan begonnen als verkoper bij Esprit Telecom, waar hij de basis heeft geleerd van zowel sales als telecom. Deze ervaring heeft hij vervolgens ingezet bij Telfort en later als Manager Sales bij KPN. Hierna heeft zijn carrière een internationale vlucht genomen. Pieter heeft als Account Director in Parijs gewerkt voor vastgoedonderneming Regus en later als Sales Manager voor de online gigant eBay. In november 2008 is Pieter gestart als Managing Partner bij The Sales Embassy, waar hij zich bezighoudt met training en coaching van commercieel personeel in met name de telecom- en de it-sector. Daarnaast staat Pieter nog vol in de dagelijkse commerciële praktijk als Interim Sales Manager.

Hanswerner Davids begon zijn carrière bij Siemens Nederland na zijn studies commerciële economie en datatelecommunicatie. Hierna trad hij in dienst bij Esprit Telecom waar hij begon in de functie van Key Account Manager en later verantwoordelijk werd voor Noord-Europa als Verkoop leider Carrier Business bij Global Telesystems. In 2000 werd hij Verkoop leider bij Novaxess, de eerste zakelijk adsl-aanbieder in de Nederlandse markt. The Sales Embassy heeft hij in 2003 opgericht, waar hij tot op heden doorlopend verkoopresultaatverbeteringsprojecten managet voor IBM, HP, General Electric, Black Box, Johnson Diversey en business partners van deze A-merken. The Sales Embassy staat inmiddels bekend als innovatief en specialist in het onderhouden van verkooporganisaties in de Benelux.