



Het nieuwe werken en gaan we nu meer of minder verkopen?

Het nieuwe werken staat volop in de aandacht. Wat betekent dat eigenlijk voor de verkoper? Ik hoor te vaak de reactie 'lekker' meer kunnen thuiswerken, maar ik moet degene nog tegenkomen die vanuit huis meer gaat prospecteren. Thuis mis je de positieve druk om te bellen naar klanten en prospects. Daarnaast mis je de aanwezigheid van collega's om gezamenlijk een resultaat te boeken. O ja, vergeet niet degenen die zich laten afleiden door bijzaken die niets met het werk van doen hebben.

Hierin schuilt het gevaar dat we minder in plaats van meer gaan verkopen.

Wat mij betreft betekent het nieuwe werken voor verkopers juist; kijk eens kritisch naar je dagelijkse effectiviteit en kun jij daarmee je target behalen in 2011?

Hoeveel van de beschikbare tijd ben je echt bezig met verkopen? Reorganiseer de agenda voor 2011 waarin je meer tijd vrijmaakt om doelgericht bezig te zijn met verkopen.

Dat geldt ook voor de sales managers. Plan voldoende tijd in voor je manschappen en klantbezoeken. Sales meetings kunnen veel effectiever en energiever en bovendien zijn gezamenlijke prospectie initiatieven cruciaal. Reserveer ook tijd om leuke dingen te organiseren; vier behaalde successen die je hebt bereikt door het nieuwe (effectievere) werken.

Auteur: Hanswerner Davids

De verkoper die graag risico's neemt

We zijn van oudsher een ondernemend land. Klein, maar moedig. Laten we het maar gewoon zeggen. Dat is geen opschepperij, onze geschiedenis bewijst het. Iedereen weet waarom de gouden eeuw van goud was. Dat was onze handelsgeest, ondernemerschap en lef.

Dat laatste is niet te onderschatten. Want wie iets wil bereiken, moet risico's nemen.

Toch is de vraag of we dat niet zijn kwijtgeraakt. Want bijna nergens in de wereld is de verzekeringsdichtheid zo hoog als in Nederland. We verzekeren ons het liefst tegen elk denkbaar onheil.

Daar zijn we misschien in doorgeslagen. En dat is jammer.

Het verklaart ook waarom verkopers te voorzichtig zijn geworden met prospectie en teveel kansen laten liggen bij bestaande klanten. Helaas kan de verkoper zich niet verzekeren tegen teleurstellende verkoopresultaten. Wat hij of zij wel kan doen is zich laten **challengen** door een Sales Embassy Coach.

Iemand die de verkoper telkens de spiegel voorhoudt en uitdaagt om echt te verkopen.

De Sales Embassy is geen verzekeraar, maar wel een degelijke manier om jezelf of je verkopers te challengen. **Wij dagen je in ieder geval uit in 2011!**

[Schrijf je daarom nu in voor een gratis sales coaching webinar \(klik hier\)](#)

Wij wensen je prettige feestdagen en een gelukkig, gezond en vooral sales driven 2011!

We hopen je ook in het nieuwe jaar weer te mogen begroeten bij één van onze sales programma's, trainingen en coaching sessies.