

## Hoe voorkom je dat je leeggezogen wordt als expert?

Jochum Jarigsmā <jochum@jarigsmā.nl>

Wo 16-11-2022 15:22

Aan: Marian Stoppelenburg <mail@consonante.nl>

Bijna alle deelnemers aan mijn trainingen zijn ergens expert in. Of je nu videomaker bent, marketeer, tekstschrjver, coach of advocaat; je hebt jarenlang geïnvesteerd in het opdoen van kennis die je vervolgens ten gunste van je klanten inzet.

Maar je hebt ook vaak gehoord dat je veel kennis moet weggeven om überhaupt betalende klanten te krijgen.

Soms leidt dat ertoe dat je in een gesprek een heleboel tips hebt zitten geven, waarna de ander je vriendelijk bedankt en de zonsoudergang tegemoet galoppeert. En dat jij je dan een beetje gebruikt voelt achtergelaten.

## Hoe voorkom je dat je wordt gebruikt als onbetaalde expertise-vraagbaak?

### De praktijk.

Jij bent expert en...

1. Je komt in contact met iemand die een bepaald probleem heeft waar hij of zij vanaf wil.
2. Je maakt een afspraak,
3. Je gaat in gesprek,
4. Je stelt vragen om de situatie van de ander beter te begrijpen
5. Je doet je aanbod.
6. De ander zegt ja en begint met slingers en confetti te gooien.

Dat is het ideale scenario, maar soms loopt het anders.

Net op het moment dat jij je aanbod wilt voorleggen, gaat je prospect vragen stellen.

- Hoe werkt die social media marketing eigenlijk?
- Hoe kan ik het beste mijn funnel inrichten?
- Welke triggers werken het beste?

Voor je het weet, vertel je enthousiast over je vak en geef je allerlei kennis gratis weg. Heel aardig van je natuurlijk, maar uiteindelijk help je zowel je klant als jezelf daar eigenlijk niet mee. Want je klant denkt nu dat ze het zelf kan, terwijl je haar eigenlijk vals zelfvertrouwen hebt gegeven. En zij wandelt zonder deal de deur uit, dus ook jouw bankrekening heb je er niet mee geholpen.

Niet fijn. Wel werken, geen omzet.

Iedereen die dit leest, herkent deze situatie. Dat weet ik zeker.

# Je klant zit je niet te pesten. Ze is gewoon onzeker.

De klant is onzeker of jij wel de beste bent om haar probleem op te lossen. De klant zoekt zekerheid door jou vragen te stellen. Daar is niks mis mee, maar je wilt niet dat je de controle verliest over het gesprek en het uitloopt in een vragenuurtje. Daar heeft niemand wat aan.

Aan het eind van het gesprek heeft de klant dan weliswaar meer kennis, maar nog steeds geen oplossing. En jij verkoopt niks want je bent alleen maar vragen aan het beantwoorden.

## Een duivels dilemma

Wat is de oplossing voor dit probleem?

Als je een goede salestraining hebt gevolgd, dan heb je geleerd dat je alleen verkoopt als:

1. klanten weten dat jij goed bent in je vak;
2. ze je een beetje aardig vinden (de gunfactor); en
3. snappen welke stappen jij gaat zetten om hun probleem op te lossen.

## Zo pak je de regie weer terug, en sluit je de deal

Het is prima om in een acquisitiegesprek op enkele inhoudelijke vragen in te gaan om aan die drie voorwaarden te voldoen, maar pas ermee op. Als het gesprek dreigt te verzanden in inhoudelijke kennisoverdracht, zul je het moeten ombuigen en ervoor zorgen dat je de regie terugneemt.

Haal dan even diep adem en doe het volgende. Ga niet meer in op de volgende vraag, maar zeg iets als: 'Ik begrijp dat je heel veel vragen over deze materie hebt. Daarom laat ik je graag zien op welke manier ik jou kan helpen bij het oplossen van jouw vraagstuk. Is dat oké?'

Presenteer dan je aanbod zo, dat ze kan zien dat in het aanbod alle vragen die ze heeft zullen worden beantwoord. Jij hebt weer de regie en de klant kan rustig ademhalen; hier is een professional (inhoudelijk én salestechnisch) aan het werk.

En zegt ze 'nee'? Dan heb je weer een interessant haakje om te onderzoeken welke behoeftes ze verder nog heeft.

Klaar om de regie te pakken in je onderneming? Maak hier samen met mij jouw [persoonlijke salesplan](#).

Met vriendelijke groet,  
Jochum Jarigsmā



Jochum Jarigsmā  
Huizerweg 47b  
1401 GH Bussum  
Nederland  
06 26 08 86 04  
Uitschrijven

