

Een andere krachtige manier om met onderhandelstechnieken om te gaan, is vriendelijk je prijs te herhalen. Je mag het rustig drie of vier keer doen. Het werkt vaak.

Denk erom dat je vriendelijk blijft. Het is niet persoonlijk bedoeld. En je wilt het ego van de ander niet kwetsen, pas op dat je niet 'wie is de sterkste' gaat spelen.

Een voorbeeld.

Klant: 'Tja, het voorstel spreekt me erg aan. Maar 62.000 euro is toch echt te veel. Je moet wel iets aan je prijs doen.'

Professional: 'Fijn dat het voorstel je aanspreekt. En afgezien van de prijs, begrijp ik dat het voorstel helemaal naar je zin is?' (Isoleren van de prijs.)

Klant: 'Ja, dat voorstel is zo goed, maar afgezien van de prijs dus.'

Professional: 'Hm....' Glimlacht en is stil.

Klant: 'Tja, dus dat wil ik goedkoper.'

Professional: 'Dus je wilt het huidige voorstel in het huidige tijdsbeslag?'

Klant: 'Ja.'

Professional: 'En je wilt dat ik het doe, je wilt geen junior consultant?'

Klant: 'Nee, geen junior.'

Professional: 'Ja, dan is het 62.000 euro.'

En als de klant dan toch nog doorgaat? Dan gaan we naar het volgende principe: voor wat hoort wat.

Voor wat hoort wat

Quid pro quo. Niets voor niets. Als de klant minder geld wil betalen, wat wil hij dan minder geleverd krijgen? Dit principe houdt in dat je alleen korting geeft als je daar iets voor terugkrijgt.

Vaak is de eerste reactie van professionals dat ze voor minder geld minder werk kunnen uitvoeren. Dat hoeft echter niet het beste scenario te zijn. En zeker niet het eerste scenario dat je voorstelt. Wat voor voorstellen kun je wel doen om de prijs te verlagen?

- *De klant kan meer afnemen (kwantumkorting).*
Veel organisaties hebben er voordeel van als de klant meer afneemt. Minder acquisitiekosten, minder inwerktijd en voorbereidingstijd en een beter gevulde planning. Dat is al gauw een paar procent waard.

- *De klant accepteert dat het resultaat later komt.*
Goede professionals woekeren vaak met hun tijd. Maar in veel branches heb je piek- en daltijden. Als een klant wil wachten tot een moment dat het jou goed uitkomt, of genoeg neemt met een langere doorlooptijd, of accepteert dat je meer op afstand werkt, zodat jij daarnaast een andere klus kunt doen, is dat wat waard.
- *De klant betaalt vooruit.*
Als je klanten vooruitbetalen, scheelt dat jouw organisatie de rente over de uitstaande som, en is het debiteurenrisico kleiner. Dat kan zo een procent of twee schelen. Overigens maken grote organisaties hier maar zelden gebruik van. Maar je maakt er wel duidelijk mee dat de ander iets tegenover de korting moet zetten, en dat je van goede wil bent.
- *De klant levert een deel van de faciliteiten.*
Het drukt jouw kosten als je gebruik kunt maken van faciliteiten van de klant, zoals secretariële ondersteuning of locatie.
- *De klant accepteert een andere kwaliteit.*
Je kunt bijvoorbeeld junior medewerkers inzetten in plaats van seniors.
- *Je voert slechts een gedeelte van de oplossing uit.*
En ten slotte, als het echt niet anders kan: je voert een deel van het traject niet of later uit. Of je voert eerst een pilot uit, een klein en afgerond deel van het traject.



Terug naar het voorbeeld van de onderhandelende klant.

Klant: ‘Ja, ik begrijp dat het 62.000 euro is, en ik wil er toch echt iets vanaf hebben.’

Professional: ‘Oké, er is een aantal manieren waarop we het goedkoper kunnen maken. De eerste is kwantumkorting. Als je nu een grotere hoeveelheid afneemt, bijvoorbeeld voor andere afdelingen binnen je organisatie, kunnen we iets aan de prijs doen.’

Klant: ‘Nou, dat zal niet meevallen...’

Professional: ‘Dan kunnen we nog een korting aanbieden van twee procent als je vooruitbetaalt...’

Klant: ‘Nee, ons betaalproces ligt vast. Daar ga ik niet tegenin.’

Professional: ‘Of je kunt het traject uit laten voeren door junior adviseurs...’

Klant: ‘Nee, ik wil dat jijzelf het traject gaat doen.’

Professional: ‘Ja, dan is de prijs echt die 62.000. En om daar minder van te maken, moeten we dan langzaamaan gaan kijken naar de scope. Wat in het voorstel zou je dan willen schrappen?’

Klant (begint het te snappen, maar probeert het toch nog een keertje). ‘Nee joh, doe er nou gewoon wat vanaf.’

Professional: ‘Tjonge, jij kunt wel volhouden zeg. Oké, weet je wat, als ik geen offerte hoeft te schrijven, scheelt me dat denk ik zo’n vier uur, dat is 600 euro. We maken een kopie van onze aantekeningen tot nu toe, en jij stuurt me vanmiddag nog vanaf je pc per e-mail een opdrachtbevestiging. En als je me vanmiddag nog voor zes uur bevestigt, doen we het voor 61.400...’

Tips voor in de praktijk

- Voel je comfortabel met je prijs. Als je er zelf niet in gelooft, heb je twee partijen te overtuigen. Wat vind je van je eigen prijs? Ben je te duur? Te goedkoop? Het helpt als je je prijs een aantal keer uitspreekt. Dat kun je prima oefenen met collega’s voordat je het bij klanten doet.
- Stel zodra de onderhandelingen beginnen eerst de isolatievraag: ‘Als we vandaag uit de prijs komen, kunnen we dan de offerte ondertekenen?’
- Veel professionals grijpen te snel naar de oplossing om minder te leveren. Ga eerst na of er andere mogelijkheden zijn.
- Denk om het ego van de ander. Maak er geen wedstrijdje van, want dan heb je altijd een verliezer. Zorg ervoor dat de ander met opgeheven hoofd tegen zijn achterban kan zeggen dat hij het geprobeerd heeft. Als je aanvoelt dat twee keer vriendelijk nee genoeg is, kun je ook alvast over een ander onderwerp beginnen zodat de ander niet hoeft te bevestigen dat het afdingen niet lukt.
- Gebruik het woord *duur* niet, zelfs niet als de klant dat wel doet. *Duur* suggereert namelijk *te duur*, oftewel te veel geld voor de oplossing die jij biedt. Als jij gelooft in je eigen dienst en prijs, dan is het nooit duur. Het kan wel zo zijn dat het veel geld is; dat kun je ook zeggen als je dat wilt.
- Ken je BAZO: Beste Alternatief Zonder Overeenstemming. Wat gebeurt er als jullie er niet uitkomen? De wereld vergaat niet, misschien gaat alleen deze opdracht niet door.