

Het is belangrijk dat opdrachtgever en professional hetzelfde beeld hebben bij de rol die de professional tijdens een opdracht vervult, zodat helder is wie de diagnose stelt.

Bij acquisitie wil je de optimale oplossing voor de klant voorstellen. Daarvoor is kennis van het probleem bij de klant én kennis van de oplossing die de professional levert, nodig. In de partnerrol, kunnen klant en professional samen de juiste diagnose stellen.

2.4 Wegen naar een opdracht

Stel dat je besluit om zelf een grotere rol te gaan spelen in het verwerven van opdrachten. Waarop kun je dan het best je tijd en energie richten? Welke manier past bij jou en levert het meeste rendement? Er zijn verschillende manieren om je diensten aan de man te brengen. Er valt gelukkig wat te kiezen:

- Jagen of vissen?
- Koude of warme acquisitie?
- Marketing of verkoop?

Ga je jagen of vissen?

Een onderscheid als het gaat om opdrachten verwerven is *jagen* of *vissen*.

- Jagen: je gaat uit van een bepaald product of een dienst en vindt daar de juiste klanten bij.
- Vissen: je gaat uit van een klant en vindt daar de juiste producten of diensten bij.

Voor professionals zijn beide vormen effectief. De vraag is wanneer je welke vorm kiest. Bij jagen heb je een bepaald product dat je aan de man wilt brengen. Nog voordat je een klant gesproken hebt, weet je al wat je graag zou willen verkopen. Je gaat dus niet uit van de klant, maar van het product. Het voordeel van deze manier van acquireren is dat je je goed kunt voorbereiden. Je kunt onderzoek doen, een brochure maken of een artikel schrijven, en je specialiseren in het product.

Het is voor de jagers van belang dat ze goed duidelijk kunnen maken waarom een klant hun diensten zou gebruiken en wat het resultaat daarvan is. In hoofdstuk 4 *Aan tafel komen* komt dat aan bod in de paragrafen 4.5 *Je verhalenbibliotheek* en 4.6 *Bij welke vraag moet ik je bellen?*

Het nadeel van deze manier van acquireren zit voor de meeste mensen in een woordje van drie letters: nee. Als je klanten vraagt of ze iets willen, kunnen ze nee zeggen. En veel mensen vinden dat geen fijn woord, ze heb-



ben het gevoel dat ze zich opdringen. In hoofdstuk 3 *De professional als acquisiteur* gaan we daarop in.

Vissers pakken het anders aan. Zij gaan niet van een bepaald product of een dienst uit, maar reageren op de klant. Voor vissers is het herkennen van koopsignalen een belangrijke kunst. Bij elk gesprek kan ‘de dobber ondergaan’. In paragraaf 4.4 *Koopsignalen* lees je daar meer over.

Het voordeel van deze manier van verkopen is dat het persoonlijk is en dat het maatwerk is. Je bent bewust met je klant bezig en geeft individuele aandacht. Vissen gaat sommige verkopende professionals wat beter af dan jagen, omdat ze dan niet het gevoel hebben dat ze ergens mee leuren.

Een gevaar is dat je vissen kunt verwarren met wachten tot de klant iets komt vragen. Vissen vraagt om het plannen, maken en voeren van veel netwerkafspraken, waarbij je vooraf nog geen idee hebt of je iets zult gaan aanbieden, en zo ja wat. En dat is soms spannend (zie paragrafen 4.1 en 4.2). Alleen maar vissen zal overigens niet lukken. De ultieme visser heeft niets te koop. Hij gaat met een klant praten om te kijken hoe hij die kan helpen. Maar klanten verwachten wel een bepaald aanbod of een zekere expertise, en daar zullen ze op een bepaald moment iets van willen weten.

Zoals bij alle onderwerpen in dit boek geldt ook hier: het gaat om bewust worden en kiezen. In de praktijk zul je vaak een combinatie van vissen en jagen toepassen.

Jagen	Vissen
Diepgaande productkennis hebben.	Koopsignalen horen en opvolgen.
Brochures ontwikkelen, <i>factsheets</i> , website et cetera. Referenties voor je producten hebben.	Veel netwerkafspraken maken en netwerkgesprekken voeren.
Het helpt als je enthousiast bent over je product.	Het helpt als je mensgericht bent.
Valkuil: eindeloos je product blijven perfectioneren voordat je ermee naar buiten treedt.	Valkuil: te weinig netwerkafspraken maken, te lang wachten met een aanbod doen, of niet enthousiast genoeg zijn over je eigen aanbod.

Koude of warme acquisitie?

Met *koude acquisitie* wordt bedoeld dat je iemand benadert die je niet kent. Je belt of schrijft mensen aan via een adressenbestand of de Gouden Gids en je probeert een afspraak te maken en ze te interesseren voor je diensten. Met koude acquisitie heb je ook te maken als je 's avonds rond etenstijd gebeld wordt door een aardige mevrouw die je een ‘gratis hypotheekadvies’