



STROOPWAFEL
EFFECT

*“Verkopen op de
Stoopwafel manier”*

Stroopwafel effect

Factsheet Accountmanagement

S.P.I.N. als basis

Accountmanagement is een vak, er is veel onderzoek gedaan naar **wat topverkopers onderscheidt van matige verkopers**. De "SPIN-techniek" (bron: SPIN SELLING, N. Rackham, 2008) is een techniek die is ontstaan door een dergelijk onderzoek te doen en daar conclusies aan te verbinden. Hieronder een korte toelichting;

- **Situatie vraag:**
Hoe is/wordt het momenteel geregeld?
- **Probleem vraag:**
Welke ongunstige zaken doen zich daardoor voor?
- **Implicatie vraag:**
Hoe vervelend is dit voor de organisatie (in euro's, tijd en voor mensen)?
- **Nuttig Effect vraag:**
Hoe ziet de wereld eruit als wij dit voor je oplossen?

Concreet draait het om behoeftebepaling door constant in vragende vorm te achterhalen wat de potentiële klant ervan vindt. Verkopen draait volgens Stroopwafel effect om het leven van de klant iedere dag een beetje beter te maken. Hiervoor legt de SPIN-techniek een gezonde basis.

*“ 78% van de kandidaten is perfect in staat gebleken de gesprekstechnieken van de **Stroopwafel training** eigen te maken.”*

De Stroopwafel mindset van topverkopers

Bij Stroopwafel effect hebben wij gemerkt dat **de ruime meerderheid (78%) van de deelnemers perfect in staat is om de toegelichte gesprekstechnieken in de training eigen te maken.** Na steekproeven te hebben gedaan bij de verkopers in de praktijk hebben we moeten constateren dat **“slechts” 52% deze technieken ook op regelmatige basis toepasten in real life.**

De valkuil was dat de helft van de verkopers, eenmaal teruggekomen in hun dagelijkse ritueel, toch graag terugpakten naar de voor hun bekende manier van “verkopen”. Hierdoor werd het maximale niveau bij de helft van de kandidaten niet bereikt en dus ook niet het maximale effect van de Stroopwafel training.

“ Slechts 52% van de kandidaten pasten de technieken daadwerkelijk toe in real-life.”

Bij Stroopwafel effect hebben we het hier uiteraard niet bij gelaten. **De focus van een deel van de trainingen is meer komen te liggen op de Stroopwafel mindset i.p.v. de technieken.** Naar aanleiding van onderzoeksresultaten (bron: Selling with noble purpose, Lisa Earle McLeod, 2013) gekoppeld aan onze eigen bevindingen zijn wij tot de volgende conclusies gekomen als het gaat om het verschil tussen gemiddelde verkopers en Stroopwafel topverkopers;

Gemiddelde verkopers

- Multi taken
- Bedrijfsdoelstelling centraal
- Zoeken eigen succes
- Vinden verkopen leuk
- Leren soms bij
- Houden vast aan een plan

Stroopwafel topverkopers

- Zijn optimaal gefocust
- Klantdoelstelling centraal
- Zoeken succes voor iedereen
- Houden van verkopen
- Leren altijd
- Zijn altijd flexibel

*“Een **Stroopwafel mindset** is een **gedachtengoed** waarbij je ernaar streeft om in iedere situatie gefocust te zijn om **alle mogelijkheden en kansen** die voorbij komen **maximaal te benutten.**”*

Hoe selecteer je topverkopers op voorhand?

In de blog "[De 7 onmisbare kwaliteiten van een verkoper](#)" ben ik al uitgebreid ingegaan op wat volgens Stroopwafel effect de essentiële kwaliteiten zijn anno 2017/2018. Los van deze eigenschappen is het ook erg belangrijk hoe je deze moet beoordelen.

Om echt de best mogelijke verkoper voor je bedrijf aan te nemen doe je het volgende;

- Selecteer **5 – 7 kenmerken** die essentieel zijn voor de functie ([zie voor voorbeelden mijn blog](#))
- Zorg dat je deze betrouwbaar kunt vaststellen door per kenmerk **2-3 feitelijke vragen** te stellen
- Zorg dat iedere vraag wordt **beoordeeld met een 5 puntsschaal** (1 = zeer zwak t/m 5 = zeer sterk)
- Om het "halo-effect" te voorkomen moet je **een kenmerk scoren** voordat je overgaat naar de volgende
- Neem de kandidaat aan met de **hoogste scores** (ongeacht je gevoel en persoonlijke voorkeuren)

Op deze manier zal je **succesvol zijn in het rekruteren van topverkopers** zonder dat je te veel leunt op intuïtie, vooringenomenheid en moment van de dag. Onvoorbereid een sollicitatie ronde ingaan is een doodzonde!

*"Succesvol zijn in het rekruteren van **topverkopers** zonder dat je te veel leunt op **intuïtie, vooringenomenheid en moment van de dag.**"*



*“Een wereld waarin jouw medewerkers **iedere dag** doen waar ze goed in zijn en **werk niet als werk ervaren**. Zou dat niet **fantastisch** zijn?”*

Ik hoop dat deze informatie van toegevoegde waarde voor je is geweest.

Mocht je vragen hebben of interesse in één van onze dienstverleningen dan zijn wij op onderstaande contactgegevens bereikbaar.

[Bekijk](#) alle trainingen die we bij Stroopwafel effect aanbieden.

Volg ons op:

