

Syllabus over de Vier A gespreksstructuur

Inleiding

In de vele verkooptrainingen en –workshops die KEI Consultancy de afgelopen jaren heeft gegeven, blijkt vaak dat mensen die in gesprek raken met een persoon geen structuur in hun gesprek hanteren. “Een gesprek loopt vanzelf, of loopt niet vanzelf, dat hangt van de gesprekspartner af” is vaak een reactie op de vraag, hoe je een gesprek kunt leiden.

Veel medewerkers die naar klanten toegaan of klanten ontvangen, beginnen een verkoopgesprek met allereerst zichzelf voor te stellen en daarna na een korte behoefteverkenning op een dusdanige wijze de klant te overtuigen dat deze tot een koop overgaat.

In de trainingen van ons bureau hanteren we altijd een zeer goede en makkelijk toepasbare gespreksstructuur. Omdat deze structuur nog niet op papier is gezet, terwijl we hem wel altijd in trainingen toepassen, hebben we nu gemeend met deze tekst definitief een syllabushoofdstuk over gespreksstructuur te creëren.

Fases van een gesprek

Zoals hierboven kort is weergegeven, verschilt elk gesprek van het andere. Uiteraard hangt het mede van je gesprekspartner, de omstandigheden en de tijdsfactor af, hoe lang je een gesprek kunt voeren als ook hoe de opbouw van een gesprek is.

Toch willen we je trainen om vanaf nu in gespreksfases te denken. Elke fase van het gesprek betekent een andere rol voor jezelf! Maar ook zul je in elke fase van het gesprek om andere communicatietechnieken moeten denken!

De vijf fases van een gesprek zijn samengevat in de Vier A structuur. Dit betekent allereerst een V en dan vier keer een A:

Vorbereiding van je gesprek

Aanvang van het gesprek

Analyse van het gesprek

Aanbod in je gesprek

Afsluiten van het gesprek.

Hieronder zullen we de fases en je rol hierin bespreken.

De Voorbereiding

Die fase die het meest door de deelnemers aan workshops wordt vergeten. Vrijwel nooit staan mensen er bij stil dat deze fase één van de belangrijkste is van het totale gesprek! Verschillende spreekwoorden gaan hier ook over:

“Wie zich niet voorbereid, bereid zich voor om vergeten te worden”

of een ander spreekwoord:

“Beter voorddenken dan in het gesprek nadenken....!”

Waarom is deze fase van het gesprek zo belangrijk? Daar zijn een aantal redenen voor. Allereerst denk je voorafgaand aan een gesprek na over het doel van het gesprek. Denk je niet na over de doelen die je in het gesprek wilt bereiken, dan stap je als het ware in een auto en begint te rijden, zonder dat je weet waarheen. Zul je dan ooit aankomen? Nee natuurlijk niet.

Hetzelfde geldt voor een gesprek. Denk je niet na over de doelen, die je wilt bereiken in een gesprek, dan zul je ze ook niet halen!

Welke doelen kun je jezelf stellen?

Uiteraard is dit afhankelijk van gesprek tot gesprek, maar hier geef ik een voorbeeld uit eigen praktijk. Als ik een nieuwe klant bezoek, dan heb ik altijd de volgende drie doelen:

1. Een goed gevoel met de klant ontwikkelen (een gevoel van saamhorigheid, een gevoel van vriendschap)
2. Zoveel mogelijk kennis van de klant opbouwen, zodat ik weet wat er speelt, waar behoefte aan is en wat de klant en zijn organisatie belangrijk vindt.
3. Een concreet vervolgesprek; dit is het meest tastbare en als ik dit bereikt heb dan weet ik dat ik de twee vorige punten goed heb gedaan..!

Waar ik dus behoorlijk veel belang aan hecht is de gevoelsfactor van gesprekken. Bereid je je nog zo goed voor, heb je nog zo lang of intensief een gesprek, presenteer je jezelf of je bedrijf of je idee nog zo goed, maar de gesprekspartner en jijzelf hebben geen goed gevoel met elkaar, dan heb je het toch niet goed gedaan!

Want een goede follow up van het gesprek wordt erg moeilijk als jij en je gesprekspartner geen goed gevoel aan het eerste gesprek hebben overgehouden...!

Over hoe je een goed gevoel in een gesprek creëert, verwijs ik graag naar de IJsbergtheorie, die in een apart hoofdstuk wordt uitgelegd.

Om een goed gevoel in een gesprek te creëren, zul je ook in de voorbereiding jezelf de vraag moeten stellen:

Hoe voel ik me zelf?

Kom je net met je auto uit een file, ben je al te laat, schiet je een gesprek in, dan zal de hectiek van het moment, de stress die je hebt ervaren, je geen goed doen in het gesprek. Pak op dat moment liever nog even een paar minuten om tot jezelf te komen, voordat je het gesprek in gaat.

Idem met als je iemand wil bellen, maar je hebt net een conflict met een persoon gehad, wacht dan even met iemand te bellen, voordat je jezelf weer open kunt stellen, weer enthousiast bent en weer tot rust gekomen. Dan zal je gesprek veel beter lopen!

Andere aspecten van de voorbereiding:

Omdat in de meeste gesprekken je ook wilt checken waar je gesprekspartner staat, is een ander belangrijk aspect van de voorbereiding, het bedenken van open vragen. Open vragen zijn vragen met een W of een H aan het begin, waardoor je veel informatie krijgt, de sfeer goed is en het gesprek in totaal beter loopt.

Voorbeelden van open vragen, voor een verkoopgesprek zijn:

- Hoe lang zit u al in deze functie?
- Wat spreekt u aan in uw functie?
- Wat zijn uw persoonlijke doelen?
- Hoeveel mensen werken in dit bedrijf?
- Hoe onderscheid uw bedrijf zich van een concurrent?

Naast het stellen van doelen, de aandacht voor hoe je je voelt voordat je een gesprek ingaat en het voorbereiden van open vragen, is als laatste belangrijk om zoveel mogelijk informatie van de gesprekspartner te hebben. Hoe meer je van de persoon weet, hoe meer je hem kunt inschatten, en hoe sneller je op een bepaald vertrouwensniveau kunt komen. Deze informatie kun je gebruiken om een goede ijsbreker voorafgaand aan het gesprek te vinden. Een goede ijsbreker is belangrijk om het gesprek vanaf het begin in een goede sfeer en setting te krijgen.

De Aanvang van het gesprek

In deze fase van het gesprek staat één ding centraal, namelijk: “kwispelen”!!

Je ontmoet hier je gesprekspartner en als twee hondjes die elkaar ontmoeten, zul je elkaar even besnuffelen om te kijken wat voor vlees je in de kuip hebt, waarbij de staart van de hond blij kwispelt, c.q. je enthousiast bent je gesprekspartner te zien.

In deze fase van het gesprek wordt je als mens geaccepteerd. Vooral bij nieuwe gesprekspartners, nieuwe klantgesprekken, vindt in de eerste 7 seconden van het gesprek het eerste oordeel over jou plaatst.

Bekend is dat bij sollicitatiegesprekken vooral deze fase van cruciaal belang is, omdat als je hier al een verkeerde indruk maakt, de rest van het gesprek vrijwel geen zin meer heeft....!

Maar ook bij mensen die je nog niet zo goed kent, of bij totaal onbekenden, is het van belang het ijs te breken. Praat in deze fase vooral niet meteen over serieuze zaken, maar kun je een gespreksonderwerp vinden, waar zowel je gesprekspartner als jijzelf lekker over kunnen keuzen, dan creëer je daar vanaf het begin een goede open sfeer in het gesprek en zal de rest van het gesprek veel beter lopen..!

Hoe vind je een goede ijsbreker?

Er zijn verschillende mogelijkheden om een goede ijsbreker te vinden, namelijk:

- voorbereiden; uit de informatie van vorige gesprekken of uit andere informatie, kun je een goede gespreksopening voorbereiden
- algemene gespreksonderwerpen kun je ook voorbereiden (bv. het kampioenschap van Ajax of het aftreden van het kabinet)
- door je ogen te gebruiken; heb je een gesprek bij de gesprekspartner, dan zullen vanaf je aankomst totdat het gesprek begint, allerlei signalen langs komen. Je komt een bedrijf binnen en kijk dan eens om je heen, naar de kunstwerken, de kleurstelling, de aankleding van het bedrijf etc etc. Met een beetje inlevingsvermogen, kun je daar een goede openingszin of ijsbreker uit halen! Maar ook op de kamer van je gesprekspartner zijn er gespreksignalen; foto's, sportattributen etc.

Belangrijk bij de aanvangsfase van het gesprek is, dat je het niet te snel afrond. De beste verkoopgesprekken, die ondergetekende heeft gehad, waren die gesprekken waar 75 procent gekeuveld werd, en maar 25 procent serieus over de inhoudelijke kant.

Wanneer je naar de volgende fase kunt gaan, is niet te zeggen. Luister daarvoor naar je gevoel; als je vertrouwen hebt met je gesprekspartner, als het gevoel goed zit, dan kun je naar de volgende fase.

De Analysefase

Ben je benieuwd naar de rest van deze syllabus of wil je meer informatie over hoe je de genoemde gespreksstructuur binnen jouw werkzaamheden kunt implementeren?

Stuur dan een mail naar: info@keiconsultancy.nl of bel: 076-5656661