

Competentie 1: Voorbereiding <span style="float: right;">10%</span>				
De verkoper is in staat om zich goed voor te bereiden op het gesprek: weet zoveel mogelijk van de klant op voorhand, stelt zichzelf doelen, weet welk materiaal hij moet meenemen etc.				
Resultaat	Beoordelingscriteria	Max. pt.	Cijfer	Score comp. 1
1	Zorgvuldige planning  - heeft backward planning op papier zodat targets en te verrichten werkzaamheden duidelijk zijn * - heeft verkoopdocumentatie paraat - heeft duidelijk zichtbare documentatie van de klant * - heeft van te voren bepaald of gesprekspartner DMU is	13		
		2		
		2		
		2		
2	Toegevoegde waarde is duidelijk  - heeft een elevator pitch paraat van 10, 30 en 60 sec.* - kan minimaal 10 succesfactoren benoemen *	10		
		4		
Opmerkingen:				max. 33

Competentie 2: Goede eerste indruk <span style="float: right;">20%</span>				
De verkoper is in staat om een goede eerste indruk te maken: gepast gekleed, juiste omgangsvormen, enthousiast, is in staat de 'klik' te maken				
Resultaat	Beoordelingscriteria	Max. pt.	Cijfer	Score comp. 2
3	Maakt gebruik van positieve ankers om klant enthousiast tegemoet te treden	1		
4	Beheerst het om een prima eerste indruk te maken  - heeft aanstekelijk enthousiasme - maakt zelfverzekerde entree - draagt de juiste kleding - glimlacht oprecht - houdt afstand (letterlijk) - geeft gelijkwaardige handdruk - voorstellen met "Bond, James Bond" - toont respect voor visitekaartje - juiste zitpositie, ietwat schuin - gebarentaal is kalm en beheerst - gebruik van namen: niet teveel amicaliteit, wel regelmatig naam van gesprekspartner noemen tijdens gesprek, niet te snel tutoyeren - goed verstaanbaar, duidelijk articulerend, juiste intonatie van de stem - wekt positieve gevoelens op (klant in "JaJa"-ritme laten komen) - bedankt de klant voor het gesprek - spiegelt / maakt 'rapport' - geeft signalen van waardering c.q. maakt complimenten	5		
		2		
		4		
		5		
		2		
		1		
		1		
		2		
		2		
		2		
		2		
		2		
		2		
		1		
		10		
		2		

**Competentie 3: Behoeftebepaling**
**30%**
**De verkoper is in staat om de expliciete behoefte van de klant boven water te krijgen zodat problemen duidelijk zijn en er een oplossingsgericht aanbod kan komen**

Resultaat	Beoordelingscriteria	Max. pt.	Cijfer	Score comp. 3
7	Heeft zinvolle vragen voorbereid op papier	- SPER-vragen staan op A4 *	20	
		- logo van de klant is gebruikt *	2	
8	Klantgericht handelen door SPER-vragen te stellen	- voldoende Situatievragen?	7	
		- voldoende Probleemvragen die over de antwoorden gesteld worden?	6	
		- voldoende Effectvragen over de gevolgen van problemen?	6	
		- voldoende oplossingsgerichte Resultaatvragen aan klant?	6	
		- is de vraagstelling met open geest, zonder dat te snel richting oplossing wordt gedacht?	5	
		- legt keuze voor oplossing expliciet bij de klant	5	
		- stelt de juiste, zinvolle, vragen. Geen onzinnige vragen.	5	
9	Past luistertechnieken toe	- voldoende balans tussen open en gesloten vragen?	3	
		- leidt de klant vragenderwijs naar het doel van het gesprek, niet dicterend	3	
		- maakt notities, om later te kunnen samenvatten	5	
10	Maakt gebruik van doorvragen	- gebruikt LSD-formule (Luisteren-Samenvatten-Doorvragen)	4	
		- vraagt naar voorbeelden	3	
11	Expliciete behoeften duidelijk maken	- is expliciete behoefte en probleem van de klant duidelijk?	10	
		- zijn de gevolgen van de problemen duidelijk gekwantificeerd?	10	

Opmerkingen:

max. 100

**Competentie 4: Aanbod**
**20%**
**De verkoper is in staat om het product te presenteren aan de hand van de wensen, problemen en expliciete behoeftes die in het eerdere gedeelte van het gesprek door de klant zijn genoemd**

Resultaat	Beoordelingscriteria	Max. pt.	Cijfer	Score comp. 4
12	Is klantgericht in aanbod	- spitst verkoopargumenten toe op de wensen en problemen van de klant - gebruikt geen jargon, maar taal en begrippen die de klant begrijpt. Doseert zijn vakkennis. - praat niet in termen van 'onze producten' maar van 'uw voordelen'. Verkoopt geen producten, maar oplossingen voor problemen	3	
			2	
			4	
13	Maakt gebruik van de resultatenring™	- vertaalt het product in emotionele/gevoelsmatige resultaten als gemoedsrust/veiligheid/status/prestige/vertrouwen/tevredenheid. Kortom: minder moeite, meer gemak - vertaalt het product in fysieke/aantoonbare resultaten als geldbesparing/langere levensduur/vrije tijd/goede gezondheid. Kortom: tijd en geld	4	
			4	
14	Maakt gebruik van alle mogelijkheden om zijn aanbod gestalte te doen	- visualiseert het aanbod (monsters, foto's, tekeningen, plaatjes etc), laat zien wat hij verkoopt - geeft concrete feiten - demonstreert het artikel, zien is geloven - laat duidelijk de calculatie zien - is bereid zijn achilleshiel te tonen - geeft referenties - laat bewijzen zien van zijn beweringen - vat regelmatig samen - bewijst zijn verhaal met enthousiasme	3	
			1	
			1	
			2	
			1	
			1	
			3	
			4	
16	Weet de prijs op juiste wijze te presenteren	- maakt niet alleen gebruik van objectieve kwaliteitsnormen, maar ook van subjectieve kwaliteitsnormen - krijgt helder wat budget van de klant is - maakt gebruik van referentieprijs die hoger is	3	
			3	
			1	
17	Technieken om prijs te presenteren	- verkleintechniek: kostenzijde, prijs per kleinste eenheid - sandwichtechniek (inpakken prijs) - vergroten (opbrengstenzijde) - vergelijken; balansmethode, opbrengsten zijn groter dan de investering die de klant zal doen	4	
			1	
			4	
			3	
19	Context aanbrengen	- zet prijs af tegen gebruiksintensiteit	3	
20	Korting ruilen	- er is sprake van korting ruilen i.p.v. weggeven: kwantumkorting / omzetbonus / korting snelle betaling / seizoenkorting / promotiekorting / afhaalkorting / referentklant etc.	5	

Opmerkingen:

max. 65

**Competentie 5: Afsluiten / Commitment verkrijgen** **18%**

**De verkoper is in staat om de order af te sluiten ofwel vooruitgang te boeken op weg naar de order**

Resultaat	Beoordelingscriteria	Max. pt.	Cijfer	Score comp. 5
21	Zorgt dat men tussentijds commitment krijgt.	- zorgt voor kleine tussentijdse toezeggingen	5	
22	Verschillende afsluitt technieken gebruiken	- vragen om de order - de veronderstelling - puppy-afsluiting (op proef) - alternatieven laten kiezen - de "Wat als ..." - bezwaren ombuigen - omkeervraag ("Wanneer zou het wel ....?")	5 2 2 2 2 2 2	
23	Vooruitgang boeken i.p.v. voortzetting	- welk commitment wordt er verkregen? - is er sprake van vooruitgang of eerder van voortzetting bij het vertrek? - geeft aan wat de te ondernemen acties zullen zijn - registreert de gemaakte afspraken	10 7 5 3	
24	Elimineren van het risico van kopen	- worden kooprisico's benoemd en weggenomen? - weet onuitgesproken weerstand en besluiteloosheid van klant om te buigen	3 3	
25	Koopsignalen	- let op verbale en visuele koopsignalen	3	
26	Bezwaren weerleggen	- weet bezwaren te isoleren "Is dit uw enige bezwaar?" - weet bezwaren te weerleggen	4 5	
Opmerkingen:				max. 65

**Competentie 6: Zelfreflectie** **2%**

**De verkoper is in staat om zijn eigen handelen op adequate wijze te evalueren en op basis van verkregen inzichten bij te stellen.**

Resultaat	Beoordelingscriteria	Max. pt.	Cijfer	Score comp. 6
27	Verkoper is zich bewust van het effect van zijn eigen gedrag/handelen op de kwaliteit van het gesprek	- kan zijn eigen gesprekskwaliteit beoordelen en voor zichzelf verbeterpunten aangeven, zodat dit uiteindelijk tot verbetering zal leiden - denkt na wat de reden kan zijn dat klant niet kocht, en doet daar zo mogelijk iets aan.	5 2	
Opmerkingen:				max. 7

## **Opbouw van het competentieprofiel**

### **1.**

Mondeling examen = een verkoopgesprek voeren aan de hand van een case.  
Per competentie wordt een puntentelling gehanteerd die als cijferlijst dient.

Het belang van iedere competentie in het verkoopgesprek is als volgt:

Competentie 1 = Voorbereiding = 10%

Competentie 2 = Goede eerste indruk = 20%

Competentie 3 = Behoeftebepaling = 30%

Competentie 4 = Aanbod = 20%

Competentie 5 = Afsluiten/Commitment = 18%

Competentie 6 = Zelfreflectie = 2%

Totaal 100%

N.B. Hierin opgesloten zitten 7 zaken (\*) die schriftelijk voorbereid kunnen worden en derhalve in de puntentelling worden meegenomen.

Totaalscore van alle 6 competenties bij elkaar : 23 = cijfer voor het verkoopgesprek.

### **50 % van het eindcijfer**

### **2.**

Subjectieve beoordeling van het gesprek op basis van 'gevoel' door inkoper + minimaal 2 waarnemers.

Er wordt een cijfer tussen 1 en 10 gegeven voor het verkoopgesprek.

### **50% van het eindcijfer**