

WAT | Geloof jij het?



Geloof jij dat jouw (potentiële) TOP-klant het beste af is bij jouw **organisatie**?

Geloof jij dat jouw (potentiële) TOP-klant het beste af is bij jouw **product/dienstverlening**?

Geloof jij dat jouw (potentiële) TOP-klant het beste af is bij jou als **adviseur/verkoper**?

Geloof jij dat jouw (potentiële) TOP-klant beter af is bij jouw organisatie en **meer waarde** krijgt door bij jou klant te worden?

Geloof jij het? Tijdens het beantwoorden van de eerste drie vragen ben je op drie niveaus (organisatie, product/dienst en persoonlijk) dieper aan het graven en op zoek naar onderscheidend vermogen. De laatste vraag vat het samen: geloof jij dat je het vermogen hebt om anders en waardevoller te zijn in de ogen van jouw belangrijkste relaties (TOP-klanten en TOP-prospects). Scoor je 4x JA! dan merk je dat in je sales. Geloof jij dit niet, dan ga je voor de prijsbijkl. Let op: geloven is een gevoelskwestie en jouw gedachten en attitude hebben hier invloed op. Dit geloof is er niet zomaar, het groeit dag na dag. Geloof je er niet meer in? Dan wordt het tijd om iets te gaan doen waar je wel in gelooft.



Groene Tomaat-methode



4xJA! Hoe sterk is jouw 'belief systeem'?

Wat merkt een potentiële klant direct tijdens een gesprek met jou als adviseur? Of je er zelf een beetje vertrouwen in hebt of niet! Anders gezegd: geloof jij er zelf in of twijfel je? Daarom vier Groene Tomaat-vragen over jouw 'belief systeem'.

Geloof jij ...

dat jouw (potentiële) klant **het beste af** is met jouw organisatie?

Geloof jij ...

dat jouw (potentiële) klant het beste af is met jou als adviseur/verkoper?

Geloof jij ...

dat jouw (potentiële) klant het beste af is met jouw dienstverlening?

Geloof jij ... dat jouw (potentiële) klant

BETER AF is bij jouw organisatie en meer relevante **WAARDE** krijgt door bij **JOU** klant te worden en **niet** bij de **concurrent**?

ACTIE

Groene Tomaat-(team)oefening

- Beantwoord eerst individueel de eerste drie 'geloof jij ...' vragen.
- Ga per vraag natuurlijk wel '**dieper graven**': drie keer hoezo, wat heeft de klant hieraan, waar blijkt dit uit, etc. Dan kom je immers bij het echte voordelen.
- Laat iedereen prioriteren (inschatten wat meer/minder belangrijk is voor de klant).
- Vergelijk de uitwerking van de teamleden (overeenkomsten en verschillen).
- Comprimeer: schrijf op een groot vel de uitkomsten (per vraag maximaal drie onderscheidende punten).
- Beantwoord de volgende vraag: hebben we voldoende **bodemschatten** om te winnen (de vierde 4xJA!-vraag).

4xJA!

Beantwoord je bovenstaande vragen met JA!? gefeliciteerd en 'let the sales begin'. Twijfel je? Ga dan terug naar de tekentafel.

Positionering

Deze vier vragen raken de kern van jouw positionering. Hierbij is het volgende van belang:

- **WAARDE** (in de ogen van de klant) en **ANDERS** (in de ogen van de klant)
- Je positionering moet aansluiten op jouw **TOP**-klanten en **TOP**-prospects (en niet op alle klanten en alle prospects > durf te kiezen).

Meer weten over positionering? Kijk op www.groenetomaat.nl bij Free stuff

Samen in één ochtend jouw positionering weer op scherp zetten?
Neem contact op met Groene Tomaat Marketing
Rolf Adema • 06 2220 6597 • rolf@groenetomaat.nl

