

# Commerciële effectiviteit

ProTurn realiseert al meer dan 14 jaar een "Professional Turnaround" op alle gebieden van onze dienstverlening binnen grootschalige nationale en internationale organisaties, zorginstellingen en lokale overheden.

Onze ProTurn specialisten bieden in 18 landen daadkrachtige ondersteuning voor medewerkers en hun leidinggevendenden, optimaliseren processen en procedures en zorgen voor een duurzame implementatie en borging van de geboden oplossingen.

Wilt u actief leren en werken aan het verbeteren van uw functioneren, of dat van uw werknemers in de werkomgeving? Of wilt u kennismaken met vernieuwende instrumenten/ methodes en nieuwe inzichten opdoen? ProTurn realiseert kennis, inzicht en daadwerkelijke toepassing vanuit praktijkcases, door haar diverse aanbod van trainingen. In onze trainingen gaat het met name om het verbeteren van de daadkracht binnen uw werkomgeving, waarbij een individuele aanpak voorop gesteld wordt. Daarmee realiseren we uw Professional Turnaround!

## Optimaliseren van klantbenadering, -begeleiding en -tevredenheid in een retailomgeving

### Doel:

Het effect van deze training is dat u (potentiële) klanten op de juiste wijze welkom weet te heten in uw Retail omgeving en hen proactief begeleidt in het maken van de juiste keuze. Uw medewerkers gaan het verschil leren te maken in klantbeleving.

### Onderwerpen:

- Waar bestaat een customer journey uit? Wat beleeft de klant nou precies?
- Online en offline ervaringen voor de komst naar uw Retail omgeving
- Wat schrikt de klant af? (invloed van eigen communicatie, houding en uitstraling)
- Juiste observatie van de klant en het snel realiseren van aansluiting
- "Rapport building"; de essentie van goede communicatie
- Juist reageren op gedrag van uw klant
- Aansporen en overtuigen van de klant
- Interactieve vraagmethode; sneller en effectiever de klantsituatie inventariseren en daarop inspelen
- Vertalen van de behoefte van de klant naar eigenschappen en voordelen van de producten, door gebruik te maken van een totale belevingsmatrix
- Leren trechters en samenvatten
- Effectief afsluiten van het gesprek
- De nazorgbeleving van de klant; wat mag hij/ zij van u en uw organisatie verwachten na de aankoop en... wordt dat ook waargemaakt?
- Mogelijkheden van up-, cross- en deep selling

### Klantgericht gebruik van telefoon, chat en e-mail

---

**Doel:**

U leert uw gesprekken met klanten op de juiste wijze te voeren, uw tijd te bewaken en relevante gegevens te achterhalen. U bent in staat de juiste opvolging af te spreken en deze correct vast te leggen. Bij eventuele telefonische vervolggesprekken vat u het voorgaande gesprek correct, kort en zakelijk samen. Tevens heeft u de juiste handvatten aangereikt gekregen om contact te onderhouden met uw bestaande klanten en nieuwe kansen te creëren voor vervolgoopdrachten.

**Onderwerpen:**

- Interactieve vraagmethode; sneller en effectiever de klantsituatie inventariseren en daarop inspelen
- Uw gedrag tijdens het telefoongesprek, chat-sessies en in een e-mail
- De impact van uw gesprek met de klant
- Non-verbale en verbale communicatie... ook aan de telefoon of in een chat-sessie
- Omgaan met verschillende sociale stijlen
- Het belang van klantenservice in het beheer van de relatie met de klant
- Gebruik van een script, de voor- en nadelen
- Mogelijkheden van up-, cross- en deep selling
- Luisteren, samenvatten en doorvragen
- Omgaan met antwoorden; handelen vanuit oprechte interesse
- Wettelijke aspecten; uw kennis weer up-to-date
- Telefonische acquisitie; wat mag er wettelijk nog en hoe ervaart een prospect dit nu precies?

### Professioneel opvolgen van debiteuren

---

**Doel:**

Na deze training kunt u in- en uitgaande gesprekken van en naar uw klanten en naar achterstallige debiteuren door uw vaardigheden en kennis verder tot een succes maken. U weet niet betalende of te laat betalende klanten te benaderen en hen tot het overmaken van uw vorderingen te bewegen. Daarnaast kent u het belang van uw gesprekken in relatie tot de continuïteit van uw onderneming en weet u de klant in het juiste betalingspatroon te houden.

**Onderwerpen:**

- Wat is "goed" debiteurenbeheer?
- Organisatie rondom debiteurenbeheer
- Onderscheid in betalingsachterstand en uw gesprek
- Omgaan met bezwaren... uw telefonische opvolging zou serieus het verschil moeten maken
- Opvolgen en correct registreren van afspraken inclusief wet- en regelgeving
- Voorkomen van herhaling in de toekomst
- Betalingsachterstand... een keerpunt in de relatie of een kans?



### Klacht- en klantbehandeling

---

**Doel:**

Tijdens deze training leert u hoe u uw klanten tevreden gaat krijgen met de door u geboden oplossingen. In het complexe spel van klantverwachtingen en klantervaringen in samenhang met de prestaties van een organisatie zijn klachten (objectieve en subjectieve) een feit geworden. Na deze training weet u waarom klanten die klagen belangrijk zijn voor uw organisatie en weet u welke reactie op een geuite klacht het meest wenselijk is. U kunt luisteren naar de klacht van de klant zonder zelf in de verdediging te gaan en weet op het juiste moment over oplossingen te praten.

**Onderwerpen:**

- Uw houding in de afhandeling van klachten
- Procedures voor klachtenbehandeling inclusief klachtenregistratie
- Soorten klachten
- Behandeling van de klant; gevoel en emoties
- Het stellen van prioriteiten
- Opvolging van klachten
- Effectieve klachtenbehandeling; daaraan gekoppeld hoe de klant de manier waarop zaken worden afgewikkeld ervaart...
- Klachtenmanagement
- Klacht als kans?...
- Hoe voorkomt u klachten in de toekomst?

### Account Management

---

**Doel:**

Na deze training gaat u planmatig te werk in het begeleiden van uw klanten. U weet uw doelen te stellen voor de korte en middellange termijn en kent het belang van het bijhouden van de zakelijke relaties over een langere tijdsperiode met verschillende doelstellingen en prioriteiten. In deze training werkt u aan het opstellen van uw Account Plan.

**Onderwerpen:**

- Wat is Account Management?
- Identificatie van accounts
- Analyse van accounts; hun markten en hun potentieel
- Het opstellen van actieplannen en de verdeling van werkzaamheden over leden van het Account Team
- Cirkel van invloed en betrokkenheid bij het account
- Omgaan met verschillende sociale stijlen
- Prioriteiten stellen
- Plannen en samenwerken met uw Account inclusief gebruik van sociale media
- Het opstellen en opvolgen van een Account Plan
- Samenwerken met overige stakeholders binnen uw organisatie
- Wat is de ultieme voorbereiding op een gesprek met een klant; wat worden vaste "rituelen" en welke variabelen hebben we nodig?
- Stelt de Account Manager een professionele agenda voor en houdt hij/ zij zich daar ook aan... (of zal de Account Manager daar bewust van afwijken)
- Controle momenten leren inbouwen
- Balanced Score Card; de impact van samenwerken op basis van financiële gegevens, strategie en een gedeelde visie op toekomstige activiteiten
- Het in kaart brengen van uw klantcontacten in CRM-systemen en gebruik maken van contact frequency sheets
- Het periodiek toetsen en zo nodig bijstellen van een Account Plan samen met uw Account

### Commercieel presenteren

---

**Doel:**

Welke doelstelling streeft u exact na in uw commerciële presentatie? We leren u vanuit uw eigen stijl daadkrachtig uw propositie te verwoorden, met alle moderne ondersteunende middelen die een klant of prospect van u mag verwachten. We kijken samen met u niet alleen naar een logische opbouw, maar vooral naar de aansluiting die de presentatie met uw doelgroep zou moeten hebben. Deze training is bij uitstek geschikt voor iedereen die voor de verkoop van zijn producten of diensten het verschil met zijn concurrent wil maken. Ook stellen we een effectieve afsluiting centraal in onze aanpak.

**Onderwerpen:**

- Formuleren van een doelstelling in relatie tot uw product of dienst en de mogelijke klantbehoeften
- Een optimale voorbereiding verschilt per klant of prospect
- Richtlijnen voor de opbouw van een effectieve presentatie
- Regisseer het gehele proces stap voor stap
- Aansluiten, Profileren & Enthousiasmeren
- Aandacht krijgen en vasthouden
- De toegevoegde waarde van (audio) visuele hulpmiddelen
- Leren variëren in communicatiestijlen en het nut van compressietechnieken
- Omgaan met vragen en mogelijke weerstand
- Resultaatgericht afsluiten van uw presentatie

### Beurspresentaties en verkoop op beurzen

---

**Doel:**

De 24/7 online mogelijkheden om uw bedrijf te presenteren zijn oneindig. Toch kan een beursdeelname een enorme boost in uw organisatie teweeg brengen. Bent u daar klaar voor? Zoekt u professionele ondersteuning en wilt u optimaal rendement halen uit uw deelname aan een beurs of expositie? In deze training leert u zich professioneel en praktijkgericht voor te bereiden op uw beursdeelname. Daarnaast kunt u de belangrijkste aspecten van de verkoop op beurzen in de praktijk toepassen. U weet prospects snel en effectief te kwalificeren en kunt actief participeren in een beurs- of expositiedeelname, waardoor u effectief gebruik gaat maken van de verkoopkansen die u worden geboden.

Leer ook optimaal rendement te halen uit de effectieve online tools die er bestaan om in contact te blijven met uw prospects na uw deelname en creëer een fantastische conversie ratio. Ook komen de wettelijke aspecten van databeheer ruimschoots aan bod in een praktijkgerichte aanpak gebaseerd op de Algemene verordening gegevensbescherming (General Data Protection Regulation)

**Onderwerpen:**

- Doelstelling voor deelname aan beurzen
- Soorten beursbezoekers herkennen en weten hoe naar hen te handelen; omgaan met verschillende sociale stijlen
- Projectmanagement in voorbereiding
- Opstellen van uw eigen beurs-/ expositiedraaiboek
- Stand, presentatie en crew: motiveren, enthousiasmeren en stimuleren!
- Effectief samenwerken op een stand
- Eisen aan het (verkoop)gesprek op de beurs
- Kwalificeren van prospects
- Richtlijnen voor de opvolging van leads
- Beheersing van de beurskosten
- Succes meten tijdens én na de beursdeelname

### Finance for non-financials

---

**Doel:**

Uw medewerker, is vanuit uw organisatie in gesprek met een relatie. Vaak voeren financiële zaken in het runnen van een bedrijf de boventoon. Maar... hoe is dat in de gesprekken bij de door u vertegenwoordigende personen ingeregeld? Welke vragen zou u of uw medewerkers kunnen stellen en hoe zorgt u er samen voor dat er iets zinvols gedaan kan worden met de antwoorden? Wat zijn de bronnen van inkomsten en hoe wordt het geld besteed? Hoeveel winst heeft de onderneming gemaakt? Hoe is de financiële gezondheidstoestand van de onderneming? In deze training wordt stilgestaan bij het beantwoorden van deze vragen door uitleg te bieden over de drie essentiële financiële overzichten: de balans, de winst- en verliesrekening en het cashflowoverzicht.

**Onderwerpen:**

- Waarom financiële overzichten?
- Wat leest u uit de balans af?
- Welke vragen kunt u hier gericht over stellen?
- Hoe zorgt u dat u ook de antwoorden begrijpt?
- Hoe verwerkt u uw nieuwe kennis gemakkelijk uw account benadering?

### Effectief verkopen

---

**Doel:**

Na deze training gaat u uw klant met zelfvertrouwen benaderen en op een gestructureerde wijze een behoeftegericht verkoopgesprek aan. U leert een stijl te hanteren die het meest aansluit bij uw persoonlijkheid om op een natuurlijke wijze verder te bouwen aan uw commerciële slagkracht.

**Onderwerpen:**

- Voorbereiden op het verkoopgesprek
- Het beslissingsproces van de klant doorgronden en zijn DMU in kaart brengen
- Ontdekken van de behoeften van de klant door middel van de juiste vraagtechnieken
- Vertalen van de behoefte van de klant naar eigenschappen en voordelen van de producten, door gebruik te maken van een totale belevingsmatrix
- Omgaan met weerstand en bezwaren
- Met vertrouwen mogelijke alternatieven leren aanbieden
- VAK-kundig verkopen door middel van de ProTurn VAK-ratio matrix (Visuele, Auditieve en Kinesthetische aspecten in combinatie met alle versterkende dan wel verzwakkende rationale aspecten en de impact die dat heeft op uw klanten)
- Het herkennen en erkennen van koopmotieven en hierop inspelen
- Ontwikkelen van uw eigen stijl van verkopen
- Intro, Kern en Slot: ter zake komen en gesprekken waar mogelijk verder comprimeren. Hoe sluit u tijdens het gesprek al af?

### Organiseren van thematische workshops

---

**Doel:**

Na afloop van de training kent u de toegevoegde waarde van workshops voor uw onderneming en haar klanten en weet u workshopthema's in te zetten als middel om onderliggende doelen te kunnen realiseren. U weet een interactief programma op te zetten en uw doelgroep hiervoor op een juiste wijze te benaderen.

**Onderwerpen:**

- Redenen voor het organiseren van workshops
- Selecteren en benaderen van uw doelgroep
- Opzetten van een aantrekkelijk, interactief programma
- Benaderen van uw gastspreker en experts
- De inzet van (audio) visuele ondersteuning
- Effectief en gecompriemd presenteren tijdens workshops
- Ruimte geven voor netwerken?
- De ultieme mix tussen herhaling en variatie in uw thematische benadering

### Optimaal rendement uit lead management

---

**Doel:**

In het verleden werd er vanuit marketing oogpunt voor het verkrijgen van leads sterk ingezet op het overbrengen van informatie. Nu moeten organisaties letterlijk meer waarde leveren! Door op tijd en goed in te spelen op de behoeften van klanten en prospects is de kans groter dat leads echte hot leads worden. Door een succesvol leadmanagement proces op te zetten wordt de relevantie voor een vooraf afgebakende groep potentiële klanten verhoogd. Uw organisatie wordt dan een 'trusted advisor', wat leidt tot kwalitatief betere leads en een hogere kans op conversie.

**Onderwerpen:**

- Van (hot) lead naar klant
- Meer inzicht in de behoeften van klanten en prospects en de vragen die zij hebben
- Meer inzicht in de kansen die voortkomen uit een lead
- De conversie van lead naar klant vergroten
- Succesvolle lead management processen

