

Acquisitieproces

Het acquisitieproces is een vloeiend proces waarbij je 3 activiteiten afwisselend van elkaar gebruikt met als doel een verkoopgesprek in te plannen.

Deze activiteiten zijn het bellen van bedrijven, het afleggen van een bedrijfsbezoek en de opvolging per mail.

In ieder hoofdstuk wordt een activiteit behandeld en door middel van praktische tips kun je jezelf op iedere activiteit ontwikkelen.

Uitgangspunten acquisitie

Acquisitie is een “numbers game”. Statistisch gezien zul je altijd 1 afspraak maken op een x-aantal activiteiten.

Van deze afspraken mag je bij een x-percentag e een offerte uitbrengen en hiervan scoor je x-percentag e.

Veel is afhankelijk van je vaardigheden en je database, maar als je deze elke keer verbetert als je aan het acquireren bent, word je vanzelf een salesmachine die onverslaanbaar is. In feite betekent dit dat je zelf bepaalt hoeveel business je genereert.

CRM

Effectief acquireren begint bij een goed gestructureerd CRM-systeem (Customer Relationship Management systeem). Bij voorkeur een software-applicatie waarbij je bedrijven in kunt indelen in categorieën en acties kunt vastleggen zodat je opvolging adequaat is.