

## Checklist after sales

De taak van de verkoper lijkt er op zitten wanneer de koop is gesloten. Maar voor de klant begint het allemaal. Hij vraagt zich af: 'doen ze wat ze hebben beloofd?' Uiteraard is er ook voor de verkoper nog het nodige werk aan de winkel. In deze checklist vind je handige tips en geheugensteuntjes.

### 1. Tijdens de verkoop

Je bent het met elkaar eens. Heb je voordat je de deal definitief afsluit, gedacht aan eventuele mogelijkheden tot cross- en up selling?

**Cross selling** = aanvullende producten of diensten voorstellen.

**Up selling** = een duurdere of hogere versie van je product of dienst verkopen.

Zodra de handtekening is gezet, of de deal op welke wijze dan ook is afgesloten, is het verstandig te stoppen met verkopen. Dat wil zeggen: voeg geen nieuwe kenmerken, voordelen of argumenten meer toe. Als je het toch doet, loop je een gereede kans dat de klant opnieuw gaat twijfelen of erger er (tijdelijk) vanaf ziet met het argument: 'Ja maar, dat heb ik helemaal niet nodig!'

### 2. Concentreer je op een correcte afhandeling van de zaak

Controleer of de klant nog vragen heeft. Zo niet handel de zaak snel en correct af. Vertel wat er verder gaat gebeuren. Denk aan eventuele levertijden / procedures en dergelijke.

### 3. Wie levert de service?

Maak duidelijk wie de klant kan benaderen indien hij later eventuele vragen (of klachten) heeft. Soms is dat de verkoper, in andere gevallen de verkoop binnendienst of een afdeling klantenservice. Zorg er in ieder geval voor dat de klant een duidelijk aanspreekpunt heeft. Laat contactgegevens achter.

### 4. Vastleggen gegevens / bedankje

De verkoper heeft de zekerheid van de deal. Voor de klant begint het nu allemaal. Hij is een verplichting aangegaan en moet nog maar zien of er gedaan wordt, wat is beloofd. Het geeft de klant extra houvast wanneer je na de koop alles nog eens bevestigt (bijvoorbeeld via een brief, een e-mail of een opdrachtbevestiging). Zorg ook dat de klant eventuele leveringsvoorwaarden ontvangt.

**Tip.** Bedank de klant voor het feit dat hij zaken met je heeft gedaan. Vermeld in deze bevestiging ook (nogmaals) met wie hij contact kan opnemen in geval van vragen of klachten.

### 5. Het vervolgtraject in de gaten houden

Afhankelijk van de aard van de verkoop is het belangrijk dat iemand binnen je bedrijf in de gaten houdt of alle producten / diensten volgens plan / afspraak worden geleverd.

## 6. Proactief optreden

Dreigt er iets mis te gaan? Breng de klant hiervan tijdig op de hoogte. Hanteer in geen geval het 'piep-systeem' (dwz. wachten tot de klant gaat klagen omdat de levering bijvoorbeeld later geschiedt dan is afgesproken). Het plaatst je in een nadelige positie. De kans op extra ergernis neemt toe en je moet jezelf (en/of bedrijf) verdedigen.

**Tip.** Het is verstandig om zelf het initiatief te nemen en de klant in te lichten over eventuele vertragingen of andere zaken die niet helemaal lopen zoals was afgesproken. Je komt betrouwbaarder over en hebt de kans eventuele problemen op een gunstigere manier in te kaderen dan de klant zou doen.

**Tip.** Geef de klant zelf de kans om een eventuele oplossing voor te stellen.

## 7. Tevredenheid controleren

Bezoek de relatie nogmaals. Stel vragen over zijn tevredenheid. Bijvoorbeeld:

- Zijn er zaken die wij beter hadden kunnen doen?
- Is alles naar wens gegaan?
- Hebt u nog aanvullende wensen? Of: Waarmee kan ik u nog meer helpen?
- Kortom: is de klant tevreden over het product / de dienst en jullie service?

Wanneer de klant aangeeft tevreden te zijn, dan is dat het beste moment om naar eventuele referenties te vragen. Denk aan:

- Bevriende relaties.
- Andere afdelingen / business units binnen hetzelfde bedrijf.
- Kennissen, vrienden of familie.

## 8. De relatie bestendigen

Wat kun je nog meer doen voor de nieuwe klant? Heb je een leuk relatiegeschenk of andere verrassing? Denk aan regelmatige contactmomenten in de vorm van:

- Follow-up bezoeken.
- E-mails / nieuwsbrieven.
- Een verbintenis via een sociaal netwerk.
- Verkoopacties / cross- of up selling / herhalingsaankopen.

Kortom: kijk of je de relatie verder kunt uitbouwen / bestendigen!