

Koude acquisitie:

12 bezwaren in beeld



op
ti
ma
al
leadgeneratie

Introductie

Wanneer je koude acquisitie pleegt, zul je meer dan eens te maken krijgen met een afwijzing. Dat kan vervelend zijn, zeker wanneer je al je hoop had gevestigd op die ene droomklant. Toch is het met de juiste aanpak geen reden om bij de pakken neer te gaan zitten.

In het whitepaper *Koude acquisitie: 12 bezwaren in beeld* gaan we in op de twaalf meest voorkomende bezwaren en bespreken daarbij hoe je daarop kunt reageren. Een 'nee' is namelijk zelden een harde afwijzing; vaak staat de deur nog op een kier en kun je met de juiste aanpak toch nog meer bereiken dan je in eerste instantie zult verwachten.

Wel is het goed om te beseffen dat koude acquisitie maatwerk is. Niet iedere contactpersoon reageert hetzelfde. Gebruik dus altijd je gezonde verstand wanneer je te maken krijgt met een bezwaar. Soms kun je namelijk aan iemands klankkleur of woordkeuze al opmaken of er nog ruimte is voor een extra vraag of dat het gesprek definitief beëindigd zal worden.

12 bezwaren in beeld

1. "Bel je om te verkopen?"
2. "We werken al samen met een partij."
3. "Daar maken we geen gebruik van."
4. "Daar is geen budget voor."
5. "Ik heb geen interesse."
6. "Ik bel zelf wanneer ik interesse heb."
7. "Ik heb hier geen tijd voor."
8. "Jullie zijn te duur."
9. "Ik ken uw bedrijf niet."
10. "Ik heb slechte verhalen over u gehoord."
11. "Wij werken alleen samen met grote partijen."
12. "We zijn al in gesprek met een ander."

1. "Bel je om te verkopen?"

De kans bestaat dat jouw contactpersoon niet direct staat te springen om koude acquisitie. Begrijpelijk, omdat iedereen wel eens te maken heeft gehad met een nét iets te opdringerige telemarketeer die overduidelijk zijn targets moest halen.

Toch is dit bezwaar niet moeilijk te pareren. Je belt immers niet met het doel om direct iets aan de man te brengen. Je contactpersoon is immers nog een *prospect* en geen *lead*. Vertel diegene dan ook dat je enkel wat toe wilt sturen om hem/haar te informeren over jouw producten of diensten.

Zo kan jouw contactpersoon in alle rust oordelen of er interesse is om met jouw bedrijf in zee te gaan.

Bijvoorbeeld:

CP: "Bel je om te verkopen?"

Jij: "Ik begrijp uw reactie, maar ik wil u enkel vragen of ik informatie toe mag sturen, zodat u eens rustig kunt kijken of wij wellicht iets voor u kunnen betekenen, nu of in de toekomst."

2. "We werken al samen met een partij."

Het lijkt misschien onbegonnen werk om dit bezwaar nog om te toveren tot iets positiefs. Toch is het niet onmogelijk. De contactpersoon is weliswaar op dit moment nog niet geïnteresseerd in jouw product of dienst, maar de kans bestaat dat er ooit een einde komt aan de samenwerking met de huidige leverancier. Bijvoorbeeld door een conflict of doordat de leverancier stopt met haar bedrijfsactiviteiten.

Op dat moment komt jouw contactpersoon voor een keuze te staan: er moet een nieuwe leverancier gevonden worden. Dit zijn de momenten waarop jij mogelijk nú al het verschil kunt maken. Geef dus altijd aan dat je niet zozeer iets wilt verkopen, maar dat je graag informatie toe wilt sturen die wellicht in de toekomst interessant kan zijn.

Bijvoorbeeld:

CP: "We werken al samen met een partij."

Jij: "Dat is goed om te horen! Toch zou ik u graag vrijblijvend informatie toesturen die wellicht voor de toekomst interessant is."

3. "Daar maken we geen gebruik van."

Dat een bedrijf op dit moment geen gebruik maakt van een product of dienst die jij kunt leveren, is geen garantie dat er geen behoefte is. Soms is er sprake van *latente behoefte*: de contactpersoon heeft wel degelijk behoefte, maar is zich daar nog niet van bewust.

Het kan helpen om een aantal vragen te stellen om te achterhalen of hier sprake van is. Verkoop je bijvoorbeeld bedrijfskleding maar maakt de contactpersoon daar op dit moment nog geen gebruik van, dan kun je vragen of hij/zij wel eens bij klanten over de vloer komt om een product of dienst te leveren. Let daarbij wel op: werkt je contactpersoon in de zakelijke dienstverlening (een kantoorbaan), dan is de kans klein dat er behoefte is aan bedrijfskleding.

Bijvoorbeeld:

CP: "Daar maken we geen gebruik van."

Jij: "Dat begrijp ik. Komt u wel eens bij klanten over de vloer om een product of dienst te leveren?"

4. "Daar is geen budget voor."

Geen budget hebben hoeft zeker niet te betekenen dat er geen behoefte is. Daarmee is het een *bezwaar uit onmacht*. Misschien zou de contactpersoon dolgraag in willen gaan op dat wat je te vertellen hebt, maar is het budget simpelweg niet toereikend. Probeer dit altijd op genuanceerde manier bevestigd te krijgen.

Geeft de contactpersoon aan dat er inderdaad behoefte is, dan kun je voorstellen om op een later moment nog eens terug te bellen. Omdat het een budgetkwestie betreft, heeft het daarbij weinig zin om een week later weer aan de lijn te hangen. Soms gaat daar wel maanden - of zelfs een jaar - overheen, zonder garantie op succes.

Bijvoorbeeld:

CP: "Daar is geen budget voor."

Jij: "Begrijpelijk! Mag ik u vragen of u wel interesse heeft in meer informatie? Wellicht dat ik u aan de hand daarvan over een aantal maanden terug kan bellen om te kijken of het budget weer toereikend is?"

5. "Ik heb geen interesse."

Wanneer we het hebben over *reflexbezwaren*, dan staat 'geen interesse' zeker weten met stipt op de eerste plaats. Vaak nog voordat je hebt verteld waarvoor je belt, krijg je al te horen dat je contactpersoon geen interesse heeft. Of erger: je hebt je beoogde contactpersoon nog niet eens gesproken, maar de *gatekeeper*, de persoon die jou moet doorverbinden, geeft aan dat er geen interesse is.

Het is goed om direct aan te geven dat je niet belt om iets te verkopen, maar om informatie toe te sturen of om eens kennis te maken. Het kan namelijk zomaar zo zijn dat er op een later ogenblik wél een behoefte ontstaat naar jouw dienst of product. Daarom is het toesturen van informatie of het maken van een kennismakingsafpraak zo gek nog niet! Óók bij geen interesse.

Bijvoorbeeld:

CP: "Ik heb geen interesse."

Jij: "Dat is niet erg. Ik bel u niet om iets te verkopen, maar om vrijblijvend informatie toe te sturen. Wellicht dat u in de toekomst wel behoefte heeft aan ons product, dan weet u in ieder geval wat we voor u kunnen betekenen."

6. "Ik bel zelf wanneer ik interesse heb."

Bij dit bezwaar wil de contactpersoon de regie in eigen hand houden. Bijvoorbeeld omdat hij of zij niet toe wil geven aan koude acquisitie. Het lijkt misschien alsof je missie geslaagd is wanneer je dit hoort: de contactpersoon onderneemt immers zelf actie! Toch is dit vaak slechts een manier om het gesprek te beëindigen.

Vraag of je in ieder geval vrijblijvend informatie toe mag sturen, zodat je contactpersoon weet waarvoor hij of zij je mag bellen. Probeer daarnaast een nieuwe belafsprake te maken: mocht de contactpersoon na een bepaalde periode nog niet hebben gebeld, mag je dan nog eens terugbellen om de stand van zaken te bespreken? Het zou zomaar kunnen dat je in de vergetelheid geraakt bent.

Bijvoorbeeld:

CP: "Ik bel zelf wanneer ik interesse heb."

Jij: "Dat is helemaal prima. Zou ik u wel vrijblijvend informatie toe mogen sturen, zodat u weet waarvoor u bij ons terecht kan?"

7. "Ik heb hier geen tijd voor."

Geen tijd. Tja, geef je contactpersoon eens ongelijk. Je belt immers onverwacht: de kans dat de ander druk bezig is en daardoor niet zit te wachten op koude acquisitie is dan ook groot. Dit bezwaar is dan ook meestal geen harde afwijzing. Meestal, want sommige mensen bedoelen hier eigenlijk gewoon 'nee' mee.

Wanneer de contactpersoon aangeeft geen tijd te hebben, kun je voorstellen om in ieder geval wat informatie toe te sturen. Deze kan hij of zij dan bekijken zodra er tijd voor is. Een andere (of aanvullende) mogelijkheid is om te vragen wanneer je nog eens terug mag bellen. Door een moment af te spreken, weet je zeker dat je contactpersoon tijd voor je heeft!

Bijvoorbeeld:

CP: "Ik heb hier geen tijd voor."

Jij: "Dat begrijp ik. Ik bel u ook onverwacht natuurlijk. Zou ik u in ieder geval vast wat informatie toe mogen sturen, zodat u dit kunt bekijken zodra u tijd heeft?"

of: "Zou ik u nog eens terug mogen bellen op een moment dat het u schikt?"

8. "Jullie zijn te duur."

Niets is zo discutabel als de prijs die je vraagt voor een product of dienst. Er zullen altijd mensen zijn die je te duur vinden en dit als bezwaar op tafel gooien tijdens een koud belletje. Toch gooit dit argument de deur niet meteen dicht: de contactpersoon is immers nog niet volledig geïnformeerd over wat je te bieden hebt.

Probeer op genuanceerde en respectvolle wijze te vragen naar de reden waarom je contactpersoon dit zegt. Het is immers mogelijk dat hij of zij verkeerde informatie heeft over de prijzen die je hanteert. Of misschien vergelijkt je contactpersoon jouw product of dienst met een nét niet vergelijkbaar alternatief dat inderdaad goedkoper is.

Bovendien: mogelijk kun je zelfs nog iets aan de prijs veranderen wanneer de contactpersoon duidelijk interesse heeft, maar de prijs hem of haar weerhoudt.

Bijvoorbeeld:

CP: "Jullie zijn te duur."

Jij: "Goed dat u het aangeeft. Zou ik u mogen vragen wat uw redenen zijn om ons te duur te vinden?"

9. "Ik ken uw bedrijf niet."

Wanneer je koude acquisitie pleegt, richt je je voornamelijk op prospects. Dat betekent over het algemeen dat ze jouw bedrijf nog niet (goed) kennen. Het is dan ook zaak om je belscript dusdanig in te steken dat de contactpersoon een goede eerste indruk krijgt van wat je te bieden hebt.

Toch kan het voorkomen dat de contactpersoon aangeeft geen interesse te hebben, omdat hij of zij je bedrijf niet kent. Toch wil dit niet altijd zeggen dat er geen interesse is. Wanneer je dit te horen krijgt, biedt dat juist de uitgelezen kans om aan te geven dat je belt om kennis te maken en niet om hem of haar iets te verkopen.

Bijvoorbeeld:

CP: "Ik ken uw bedrijf niet."

Jij: "Dat is precies waarom ik u bel. Ik probeer u namelijk niets te verkopen! Ik zou u graag wat informatie toe willen sturen over ons bedrijf, zodat we wellicht in de toekomst iets voor u kunnen betekenen."

10. "Ik heb slechte verhalen over u gehoord."

Wie zijn kop boven het maaiveld uit steekt, weet dat er kritiek zal zijn. Zeker als bedrijf. Ook bij het voeren van telefonische koude acquisitie is het goed mogelijk dat je op weerstand stuit. De kracht is in dat geval om niet direct in de verdediging te gaan. Jouw contactpersoon zal ongetwijfeld zijn of haar redenen hebben om dit te zeggen, dus het is zaak om daar op respectvolle wijze mee om te gaan.

Vraag gerust naar wat diegene zoal heeft gehoord over jouw organisatie dat een dergelijke reactie teweeg brengt. Mogelijk kun je misverstanden uit de wereld helpen of je excuses aanbieden voor een negatieve ervaring of iets dergelijks. Geef gerust aan dat je de contactpersoon graag nog wat informatie toe wilt sturen, zodat hij of zij een goed beeld krijgt van wat je kunt betekenen.

Bijvoorbeeld:

CP: "Ik heb slechte verhalen over u gehoord."

Jij: "Zou ik u mogen vragen wat u zoal gehoord heeft? Wellicht dat ik u kan informeren om een en ander duidelijk te krijgen."

11. "Wij werken alleen met grote partijen."

Een van de grootste misvattingen is dat een grote partij ook direct betere kwaliteit levert. Ook kleine ondernemingen kunnen immers prima in staat zijn om kwalitatieve producten of diensten te leveren. Sterker nog: juist de kleine partijen kunnen een groot voordeel zijn voor de klant, omdat er meer ruimte is voor een persoonlijke aanpak.

Toch gebeurt het vaak dat het als een nadeel wordt gezien, zo'n kleine onderneming. Het is dan ook goed om te benadrukken dat de dienstverlening van jouw bedrijf er niet minder goed door is. Geef aan dat je graag wat informatie toestuurt en dat je desgewenst ook meer laat zien van wat je in het verleden al voor opdrachtgevers hebt mogen betekenen.

Bijvoorbeeld:

CP: "Wij werken alleen met grote partijen."

Jij: "Ik begrijp die keuze. Wij zijn geen grote firma inderdaad. Toch zou ik u graag wat meer informatie toesturen over wat wij voor u kunnen betekenen. Daarbij zult u ook zien wat we in het verleden al hebben mogen betekenen voor eerdere opdrachtgevers."

12. "We zijn al in gesprek met een ander."

Zul je net zien: bel je je droomklant op, geeft deze aan al in gesprek te zijn met een ander. Oftewel: jouw concurrent! Toch is juist dit een uitgelezen kans om van je te laten horen. De contactpersoon laat immers duidelijk merken dat er behoefte is, maar dat een andere leverancier op dit moment het meeste potentieel heeft.

Dat is hét moment om in te stappen. Het is namelijk belangrijk voor je contactpersoon om een weloverwogen keuze te maken. Je geld kun je immers maar één keer uitgeven, dus het is van belang om voor de beste partij te kiezen voor een product of dienst. Vraag daarom of je wat informatie toe mag sturen om zijn of haar horizon te verbreden in het keuzeprocess. Mag dat, dan spreek je af hem of haar er later over terug te bellen.

Bijvoorbeeld:

CP: "We zijn al in gesprek met een ander."

Jij: "Wat fijn om te horen dat u er al mee bezig bent. Het is belangrijk om een goede, weloverwogen keuze te maken hierin. Zou ik u daarom ook wat informatie toe mogen sturen om uw horizon wellicht te verbreden betreft de door u gezochte dienstverlening?"