



## 1op1 formulier René van Stein

### *Wat doe ik precies als Sales trainer?*

Ik help Business to Business salesteams (in Nederland en het buitenland) beter te worden in sales. Vaak zijn dit trainingen of korte workshops met bijv. als doel;

- 1) dat iedereen de juiste salesstrategie gaat volgen
- 2) nieuwe producten worden geïntroduceerd
- 3) dat er MEER of SNELLER verkocht wordt

Daarnaast coach ik de salesmanagers om het beste uit hun mensen te halen.

Tussen de workshops zet ik Gamification (o.a. Kahoot en email) in om deelnemers continue te blijven prikkelen en uit te dagen om ECHT iets met de trainingsinhoud te doen.

### *Wat onderscheidt mij?*

Dit noem ik het EVA-principe. Omdat ik enerzijds gek ben op afkortingen en anderzijds omdat diverse klanten dit hebben aangegeven.

- E = ervaring. Vanaf 1991 (ik startte toen met werken) ben ik werkzaam binnen de verkoop geweest en heb alle rollen gehad. Hoofd verkoop binnendienst, verkoop binnendienst, verkoop buitendienst, dealermanager en sales manager. Ik praat dus vanuit de praktijk en niet vanuit de theorie.
- V = voorbereiding. Ik bereid mij voor op mijn gesprekken, trainingen en ontmoetingen. O.a. door de inzet van tools (Crystal Knows, Google Alerts) maar zeker nog door mijn zintuigen goed te gebruiken. Hier komt mijn rol als gecertificeerd NLP trainer goed van pas.
- A = aanpassingsvermogen. Noem mij een kameleon als ik training geef. Na 15 jaar sales trainingen geven weet ik mij af te stemmen op de ander en de essentie (wat speelt er bij de ander?) goed bloot te leggen. En dit geldt niet alleen voor senior accountmanagers, maar ook voor beginners.



### ***Bij welk soort bedrijven kom ik goed uit de verf?***

Vanwege mijn saleservaring bij Dell (ik heb hier 12 jaar gewerkt) en de vele trainingen die ik al heb gegeven, passen de volgende bedrijven goed bij mij;

- 1) ICT
- 2) Software leveranciers
- 3) Telecom
- 4) Zakelijke dienstverleners

Hier kan ik namelijk meteen mijn eigen kennis en kunde toepassen en praat ik dezelfde 'taal' als de salesteams.

### ***Welke functies of organisaties zijn voor mij interessant?***

- 1) Trainingsbureaus met een sales portfolio (omdat die vaak wel trainingen aanbieden, maar geen eigen trainers in dienst hebben)
- 2) Manager Business Development (omdat zij doorgaans de verkoop en resultaten moeten uitbreiden).
- 3) HR Directeuren (die zijn verantwoordelijk voor het ontwikkelen en behouden van hun mensen en daar o.a. training voor inzetten).
- 4) Commercieel Directeuren (want zij zijn verantwoordelijk voor het hele commerciële resultaat van het bedrijf).

### ***Waar kun je op letten om mij aan te bevelen?***

Er zijn 3 momenten voor organisaties om over ontwikkeling en sales training na te denken.

- 1) Als het slecht gaat met het bedrijf (men wil dan verbeteren)
- 2) Als het goed gaat met het bedrijf (men wil dan juist extra groeien)
- 3) Als het uitstekend gaat met het bedrijf (men wil dit resultaat dan behouden)

### ***Wat zijn koopsignalen waar je op kunt letten?***

- "Mijn salesteam wil wel groeien, maar wij weten niet precies hoe"
- "Wij draaien op zich goed, maar willen meer uit onze mensen halen"
- "Hoe kan ik de laatste technieken (o.a. Social Selling) nou inzetten?"
- "Wij hebben geen uniforme verkoopmanier en leggen dit ook niet goed vast in CRM"



### ***Hoe bepaal ik de inhoud van de training?***

Ik volg een (al zeg ik het zelf) beproefd proces om de inhoud van de training te bepalen. Deze methode is de RADAR methode. Hieronder een korte samenvatting wat dit dan precies is.

R = Realiteit. Wat is op dit moment de realiteit binnen het bedrijf of het team? Voor de training maakt het niet uit of iets positief of negatief is. Ik wil het alleen wel van tevoren weten.

A = Analyse. Wat maakt dat de realiteit is zoals die is. Wat is er te beïnvloeden door de organisatie zelf en wat ligt er buiten de invloedssfeer?

De RA-fase vindt plaats via telefonische intake gesprekken en surveys naar de deelnemers en belanghebbenden.

D = Doel. Waar moeten de assessments | training | coaching toe gaan leiden?

Bij het doel let ik altijd op de volgende onderwerpen: wat moet men weten? Wat moet men kunnen? Hoe gaat men het volhouden? Welke steun verzorgt het bedrijf na de workshop?

A = Actie. Dit zijn de workshops en trainingen zelf. Als de eerste drie fases goed zijn doorlopen, is dit het meest eenvoudige.

Workshops kunnen zowel online als fysiek gegeven worden. Fysiek heeft altijd mijn voorkeur omdat ik geloof dat je dan veel meer energie over kunt brengen en impact kunt maken.

R = Resultaat. Het meten van resultaten is essentieel in het proces. Van tevoren overleg ik altijd met de opdrachtgever wat het gewenste resultaat moet zijn en hoe ik hen hierbij voor, tijdens en na de workshops of trainingen ga begeleiden.

Bij trainingen is het essentieel om te weten wat er getraind moet worden. Mijn voorbereiding en analyse is daarbij essentieel.

Als prospects dat maar niets vinden en een quick fix willen (zo van “bedenk jij maar iets”) dan ben ik niet de juiste partij.

Ik doe namelijk iets goed of ik doe het niet!



### ***Welke 'producten' bied ik aan?***

#### Assessments:

- 7S bedrijfsassessment
- SalesSteps, sales assessment

#### Trainingen

- Consultative Selling
- LinkedIn acquisitie
- Social Selling
- Story Telling
- Telefonische acquisitie
- Virtual Selling
- Winnend onderhandelen.

#### Coaching:

- Sales coaching volgens de GROW methode
- Personalcolor 360 graden assessment + coaching

#### Overige

- SalesFeed. SalesFeed maakt inzichtelijk welke prospects je website bezoeken. Deze tool kun je dus binnen het verkoopproces inzetten en geeft je inzicht welke producten worden bekeken door welke prospects. Vervolgens is het aan jou om direct of indirect contact op te nemen met deze prospect.

### ***Wie heeft mij aanbevolen?***

De lijst van aanbevelingen is terug te vinden op LinkedIn. Een aantal opmerkingen komen vaker terug:

“Enthousiast” - “Weet te prikkelen” - “Geeft training op een andere manier” - “Boeiend” - “Zeer interactief” - “Maakt mij bewust van eigen invloed”