

De (on)oplosbare paradoxen in jouw salesforce

Het laatste kwartaal van 2010, een jaar in een economische crisis, laat de paradoxen in een gemiddelde salesforce helder zien. Het lijkt alsof deze patronen in het DNA van een salesforce zitten en daardoor onoplosbaar zijn. Dat bestrijden we, vanuit onze eigen ervaringen.

Enkele paradoxen:

1. Juist nu is het essentieel meer tijd met klanten door te brengen, maar door de crisis worden interne procedures strakker getrokken waardoor je meer tijd intern bezig bent.
2. Juist nu is het belangrijk om een ander niveau van samenwerking met je klant te bereiken, maar zijn we alleen bezig om de korte termijn targets te halen. Dus niet verdiepen, maar onze oplossingen er door duwen.
3. Juist nu wil je toegevoegde waarde laten zien, maar door je eigen korte termijn gerichtheid (extra korting als je dit jaar de deal sluit) manoeuvreer je jezelf in prijsdiscussies.
4. Juist nu wordt er vol op kosten gestuurd in je organisatie, terwijl er met weinig extra aandacht op de opbrengstenkant het verschil kan worden gemaakt.
5. Juist nu kan je als team het verschil in de markt maken, alleen drijven de individuele targets het team uit elkaar. Misschien niet in woord, maar wel in daad.
6. Juist nu wil je onderscheidende oplossingen bieden aan je klant, zoals het aanbieden van resultaatverantwoordelijkheid. Maar wie in de interne organisatie durft dat risico op zijn bordje te nemen?
7. Juist nu wil je snel schakelen. Alleen duurt het intern langer en langer doordat de bevoegdheden hoger liggen door de crisis.
8. Om te groeien heb je in een complexe wereld een heldere strategie nodig. Alleen hebben we daar geen tijd voor dit kwartaal, eerst de targets halen voor dit jaar. En begin volgend jaar zijn we aan het uitpuffen van de eindsprint dit jaar.
9. Nu zou je tijd moeten nemen voor krachtige account plannen die een garantie zijn voor succes in 2011. Of pak je door tijdgebrek het plan van vorig jaar, kopieer je dat en pas je het aan aan de gewenste werkelijkheid van je baas?

Ogenschijnlijk onoplosbare paradoxen die onderdeel van de salesforce zijn. Zijn er oplossingen om deze zaken aan te pakken? Ja, absoluut. Tipje van de sluier oplichten vanuit onze ervaring. Denk aan de volgende richtingen:

1. 100 details aanscherpen, die met elkaar een groot verschil maken. Wist je dat als je in alle fasen van je commerciële proces 10% beter wordt, dat je winst met minimaal 50% toeneemt. Ken jij die kleine verbeteringen van 10% in je eigen proces?
2. Beter diagnose leidend tot dieper liggende oorzaken en bestendige oplossingen.
3. Focus, focus, focus als team op maximaal 2 onderwerpen die al in Q4 zichtbaar resultaat opleveren.
4. Niet meer over "low hanging fruit" praten, dat is er al lang niet meer.

Interesse? Nodig Jan Rezelman uit voor een gesprek.

Contact: j.rezelman@professionalcapital.nl of mobiel: 0653 447266

Voor meer informatie: www.linkedin.com/in/janrezelman

Professional Capital verzorgt maatwerk oplossingen voor de opbrengstenkant van het bedrijfsleven, zoals commerciële opleidingen, beloningssystemen, advies en assessments bij grote A-merken, kennisintensieve ondernemingen en entrepreneurs (MKB-ers).

Professional Capital is een Rotterdams bedrijf met een Europese focus en staat onder inhoudelijke leiding van professor Willem Verbeke – hoogleraar Sales & Account Management aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, dé autoriteit op dit vakgebied – en drs. Maarten Colijn.

Professional Capital werkt samen met trainers en coaches die reeds een sterk en bewezen trackrecord hebben opgebouwd bij leidende (inter)nationale ondernemingen. Hierdoor beschikken zij over gespecialiseerde praktijk kennis en coach ervaring.



Commerciële maatwerk opleidingen vormen de core van Professional Capital. De bewezen effectieve wetenschappelijke theorie en succesvolle praktijk ervaring vormen een perfecte combinatie om op alle commerciële levels men tot een hoger niveau te tillen. Hierdoor worden opbrengsten, winst en tevredenheid structureel verhoogd.

Naast commerciële maatwerk opleidingen geeft Professional Capital advies over incentive systemen in samenwerking met Touch Incentive Marketing en de Erasmus Universiteit, wat leidt tot wetenschappelijk verbluffend effectieve beloningssystemen.

In samenwerking met het Instituut voor Sales en Account Management biedt Professional Capital op maatgemaakte sales assessments, ter ondersteuning van commerciële directies en HR managers, waardoor men verzekerd is van de beste keuze bij een vacature opvulling en/of promotie vraagstuk.

Alle methoden en theorieën die worden gehanteerd bij de diensten van Professional Capital zijn uitvoerig getest in de wetenschap en praktijk. Waardoor wij altijd in staat zijn om structureel meer omzet, winst en klanttevredenheid te boeken voor onze opdrachtgevers:

ABN AMRO, Achmea Pensioenen, AirPlus International, AKD Prinsen van Wijmen, Assa Abloy Nederland, AstraZeneca, Atos Origin, AWWN, Axel Christiernsson B.V., Beiersdorf, Bosch Rexroth, Brand Loyalty, Campina, CED Forensic, CEDEP / INSEAD Fontainebleau, Coca-Cola Enterprises, DAF Trucks, Damen Schelde Naval Shipbuilding, Deloitte FSI, Delta Lloyd, EFMI Business School, Eye & Image Advertising, Fabory, FloraHolland, Focus, Hamplant, Hoogvliet, Hopman ERA Makelaars, Houthoff Buruma, InBev Horeca, ING, ING Bank, ING Real Estate, Janssen-Cilag B.V., Joulz Eneco, KCI Medical, KPMG, KPN, Leliveld Group, Lufthansa AirPlus, Masterfoods, Machine Fabriek Etten-Leur, NCCW, Nestle, Nuplex Resins, NVFM, OHRA, Philips International, Ploum Lodder Princen, PricewaterhouseCoopers, Priva, Rabobank Rotterdam, Rabobank Meppel-Steenwijkerland, Rabobank Zuid-Holland Midden, Rijkswaterstaat, Robeco, ROC Horizon College, Saft Power Systems B.V., SC Johnson, SCA, Schuitema N.V., Van Ameyde Group, Van Dorp Verhoog, Van Egmond Van Hirtum Makelaars, Van Silfhout & Hogetoorn, Wals Diving, Winkelman en Van Hessen, Wyeth, Xantic.

Voor meer informatie:

Professional Capital: www.professionalcapital.nl

Jan Rezelman: www.linkedin.com/in/janrezelman en j.rezelman@professionalcapital.nl