

A man in a blue suit is sitting at a wooden desk, talking on a mobile phone. He is looking towards the camera with a slight smile. On the desk, there is a computer keyboard and a landline phone. The background is a bright, out-of-focus office environment.

Whitepaper

De kracht van 8:
Tips voor
koude acquisitie
en cold calling

De kracht van acht

In deze whitepaper lees je 5 do's en 3 don'ts over koude acquisitie en cold calling. Drie plus vijf maakt samen acht.

Wordt je getriggerd door cijfers? Weet je waar 8 voor staat in de numerologie? Het cijfer acht staat voor:

- *Materieel succes en prestatievermogen.*
- *De energie van 8 duidt op geld, dat –binnenkomt of eruit gaat– en de bijbehorende problemen.*
- *De 8 komt het beste tot zijn recht in de geld- of zakenwereld.*

8 is mijn geluksgetal. Verder heb ik niets met getallen. Alhoewel, vroeger...toen er nog geen CRM-pakketten waren en je maar je gewoon een rolodex (een apparaat met roterende systeemkaarten met contactgegevens) op je bureau had staan. Ja in die tijd was ik heel goed in telefoonnummers onthouden. Ik had die hele rolodex niet nodig.

Om nog even terug te komen op de kracht van 8, er zijn heel veel sterke woorden te maken met 'acht' erin: **Kracht**, **macht**, **prachtig** en **lacht**. Allemaal sterke **krachtige** woorden. Wat heeft dat voor zin? Omdat ik er van overtuigd ben dat woorden heel belangrijk zijn in een telefoongesprek bij koude acquisitie, maar ook in een gewoon gesprek. Ik weeg ze daarom af op een goudschaaltje.

Cold calling of koude acquisitie

Wat is cold calling of koude acquisitie? Volgens Wikipedia is cold calling een Engelse marketing term die refereert aan het benaderen van personen die nog geen relatie met de onderneming hebben. Het benaderen kan zowel in persoon zijn als telefonisch. Meestal geschiedt koude acquisitie echter via de telefoon.

Koude acquisitie wordt veelal geassocieerd met telemarketing, bijvoorbeeld callcenters die 's avonds bellen naar een huisadres. Maar bedrijven maken ook gebruik van koude acquisitie om het B2B-segment (business to business) te benaderen. Daarbij hebben ze veelal de bedoeling om te komen tot een afspraak met een nieuwe klant.

De persoon die gebeld wordt verwacht dit gesprek niet en heeft hier ook niet om gevraagd. Dit maakt cold calling voor veel intermediairs een onaangename en zeer lastige bezigheid, omdat veel mensen die benaderd worden de intermediair afwijzen, ophangen of anderszins negatief reageren.

Het succes van cold calling is erg afhankelijk van de kwaliteit van het bestand waarmee begonnen wordt. Je kunt beginnen met een telefoonboek of met een (gekochte) database waarin personen en bedrijven staan, waarvan – gebaseerd op bepaalde kenmerken – een redelijke verwachting bestaat dat ze interesse kunnen hebben in je product of dienst.

8 tips voor cold calling

Don'ts

1. Slechte telefoonetiquette

Instrueer je collegae die de telefoon opnemen. Laat ze dat vooral goed doen. Ook zij zijn immers uw visite kaartje. Dus aan de telefoon geen kauwgom kauwen, koffie drinken of de radio op de achtergrond. Neem van mij aan, dat hoort de ander aan de andere kant van de lijn!

2. Niet terugbellen

Zeggen dat je terugbelt en dat door wat voor reden dan niet doen.

3. Vanuit jezelf praten

Je hele verhaal en uitleg in vakjargonkennis en enthousiasme vertellen aan de telefoon vanuit jouw positie. Praat niet in diensten en producten maar in voordelen en oplossingen voor de klant. Dus niet “wij zijn goed in het vinden van de juiste kandidaten”, maar “wij helpen organisaties om de juiste mensen te vinden en te selecteren”.

Do's

4. Ga goed voorbereid het gesprek in

Het is heel belangrijk om te weten met welk doel je de klant gaat bellen. Als je namelijk zelf het doel, de uitkomst niet weet, hoe moet de klant dat dan weten? Het makkelijkst is gewoon eens uit te schrijven wat je wilt gaan zeggen. Te starten met je bedrijf. In wat voor korte zinnen omschrijf jij jouw organisatie? Of in andere woorden wat is je ‘elevator pitch’? In een paar korte zinnen moet de luisteraar recht op in de stoel zitten.

5. Glimlach aan de telefoon.

Het klinkt zo ongelooflijk simpel, maar ja dat zijn sommige dingen in het leven ook. Glimlach dus als je aan de telefoon zit. Deze lach werkt door in je hele houding en sterker nog, wordt ervaren door de telefoon heen. Het gaat over energie. Daar geloof ik in. De kracht van de lach zit in de stem, de ander hoort dat, doordat je lacht gebeurt er een en ander met het strottenhoofd waardoor je stem een andere toon krijgt. Dus niet alleen de kracht van 8 maar ook de kracht als je lacht.

6. Houd het kort

Als je een afspraak wilt maken zorg dan dat je verhaal aan de telefoon kort is. Dat valt niet mee. Zeker als je wilt vertellen hoe goed je bent en hoe gunstig je prijzen zijn en hoe je het aanpakt etc. Dat ga je vertellen als je met elkaar om tafel zit.

7. Neem de tijd om te bellen

Zorg dat je voldoende tijd neemt om te bellen. 1x per maand is te weinig. Zie de telefoon ook als een prachtig marketing instrument. Je kunt je branding hier mee vergroten.

8. Start vandaag!

Maak een lijst van 20 nieuwe klanten en start met bellen! Vandaag!

Veel succes!

Over de auteur:



Marianne van de Water-Hogervorst is koude acquisitie expert en directeur Quorum Preliminary Sales. Voor One Payroll verzorgt zij Motivations over Koude Acquisitie voor recruiters en intercedenten.

In contact komen met Marianne?

[LinkedIn](#) | info@q-p-s.nl | 0251 654414 | www.q-p-s.nl

Over One Payroll:

One Payroll levert backoffice -en payrolldiensten exclusief aan intermediairs in de flexbranche zoals: uitzendbureaus, werving -en selectiebureaus, detacheerders en administratiekantoren.

info@onepayroll.nl | 020 - 845 1074 | www.onepayroll.nl