

Topverkoper Egbert Hennen

Hoe word ik een topverkoper?

*H*ennen weet waarover hij praat, want hij is al van jongs af aan actief in de verkoop. Hij komt uit een geslacht van handelaren – zijn opa ging de straten langs als aardappelventer. Ooit begon de selfmade ondernemer in het familiebedrijf van zijn vader, later startte Hennen een bedrijf voor zichzelf. Als vertegenwoordiger in aircosystemen heeft hij de nodige uren langs de weg gemaakt, zoals hij het zelf noemt. Jaren geleden heeft hij zijn eigen zaak (Frisse Lucht) verkocht. Maar stilzitten was er voor Hennen niet bij, zo realiseerde hij zich nadat hij zich bijna een jaar met zijn gezin had teruggetrokken op zijn geliefde Bonaire. Hij keerde terug naar Nederland en begon weer met wat hij het liefst doet: ondernemen.

Tv-programma Topverkopers!

Tegenwoordig is hij de man achter het succes van Vrijehuizenmarkt, een franchiseorganisatie voor makelaars die hij in 2001 oprichtte. Hennen wordt inmiddels ingehuurd door bedrijven van naam en faam om verkooptrainingen te geven. Trainingen

‘Topverkoper’ staat er op zijn visitekaartje. Verkopen zit bij Egbert Hennen in zijn genen. Hij is succesvol ondernemer én een klassieke rasverkoper. De zelfverklaard topverkoper grossiert graag in oneliners, zoals: ‘De verkoop begint pas als de klant nee zegt.’ En: ‘De beste service is géén service...’ Of: ‘Kortingverkopers zijn geen verkopers.’ Hij lacht er zijn gulle lach bij. Zijn ogen twinkelen als hij het heeft over zijn grote passie: het vak van verkopen. Vanachter het stuurwiel op het dek van zijn klassieke Grand Banks 46 overziet hij het IJsselmeer. Hier staat een man die plezier heeft in het leven. Een man die zichtbaar geniet van wat hij doet. En dat is precies waarom het – in de visie van Hennen – bij verkopen draait. “Je moet gewoon een beetje lol maken, toch?”

die aantoonbaar effect hebben. “Bij bedrijven die ik train zie je zonder overdrijving de omzetgrafieken spectaculair omhoog gaan”, verklaart Hennen. “In sommige gevallen zelfs met tachtig procent en meer.” Zijn zichtbaarheid in de markt is aanmerkelijk toegenomen door zijn deelname aan het KRO-programma Topverkopers!. In deze succesvolle tv-serie, gepresenteerd door Jort Kelder, trad Hennen op als coach voor de aspirant-topverkopers die streden om de eretitel ‘Topverkoper’. Inmiddels was hij ook te zien in onder meer Pauw & Witteman en De Wereld Draait Door en is hij een bekend tv-gezicht geworden.

Via zijn bedrijf De Topverkoper (www.de-

topverkoper.nl) brengt hij zijn trainingen en workshops op het gebied van verkopen aan de man. Geïnteresseerden kunnen Hennen boeken voor een een-op-eentraining of groepstraining of kiezen voor een van de aangesloten andere coaches. Zijn effectieve trainingsaanpak vat hij zelf het liefst samen met: “Ik geef verkopers een stomp in de maag en een schop onder de kont.”

Bedrijven uit uiteenlopende sectoren boeken De Topverkoper om hun omzetten op te krikken. Voorbeelden zijn uitzendbureaus, retailketens en producenten van business-to-businessproducten en -diensten. Hennen loopt een hele dag mee met de verkoper, desnoods een langere periode. Hennen staat letterlijk naast de verkoper en geeft hem na elk verkoopbezoek feedback op wat beter kan. Een unieke dienstverlening waarvan zelfs doorgewinterde verkopers enthousiast worden, zo merkt Hennen in de praktijk. Kenmerkend is de no-nonsenseaanpak. Hennen: “Over verkopen doet men vaak veel te ingewikkeld. Het gaat om contact maken met >>





een klant, zodat de klant jou de verkoop kunt schrijven.” Onderdeel van de dienstverlening is mail sales support. Verkopers die bij hem in training zijn, kunnen 24/7 per e-mail feedback vragen op de problemen die ze ondervonden bij verkoopgesprekken. Hennen analyseert de gesprekken en biedt oplossingen voor hoe het beter te doen in de toekomst.

Krabbeltje

Welke fouten ziet hij zoal in de praktijk bij de verkopers die hij in training heeft? Hennen: “Op nummer 1: verkopers komen binnen en beginnen direct over wat ze te bieden hebben en wat het kost. Dat werkt dus niet. Les 1 is: maak eerst contact. Maak bijvoorbeeld eerst even een persoonlijk praatje over wat hij heeft gedaan of over wat je opvalt bij binnenkomst. Luister eerst naar de klant om erachter te komen wat zijn behoeftes zijn. Vervolgens speel je daarop in.” Een lastig punt bij verkopen is natuurlijk hoe om te gaan met geïnteresseerde potentiële klanten die liever nog even nadenken voordat zij een definitieve beslissing nemen. Hennen: “Het is altijd belangrijk om de klant te overtuigen van de urgentie om nú te beslissen. Een van de meest ge-

maakte fouten is dat verkopers vergeten af te sluiten. Ze vragen simpelweg niet om de opdracht.” Of het nu een levensverzekering is of een auto, Hennen hamert er bij zijn pupillen altijd op om een bestel- of opdrachtformulier ter plekke voor te leggen. Ook bij een eerste gesprek. Het hoeft niet een compleet document te zijn. Een A4'tje met de samenvatting van de gemaakte afspraak volstaat, en altijd vragen om een 'krabbeltje' van de klant. Hennen: “Je doel is de opdracht, vraag daarom om een krabbeltje. Dan weet je zeker dat je de deur met de opdracht uitgaat. Bedenktijd? Niet doen. Waarom nog langer nadenken als het voorstel duidelijk is? Je moet als verkoper het moment pakken. Een zwakke verkoper noemt dat al snel agressief, maar dat is onzin. Als je overtuigd bent van je product, is dat geen probleem. Het is opvallend hoe je verkoopresultaten met zoiets eenvoudigs omhoogspringen.”

Trap op trap af

En hoe gaat Hennen om met onvermijdelijke tegenwerpingen van de twijfelende klant die zijn reserves houdt? Blijf overtuigen, is het devies van Hennen. Zodra de topverkoper op het einde van zijn verhaal geconfronteerd wordt met tegenwerpingen van de aspirant-klant, moet de verkoper gewoonweg opnieuw beginnen met deze de voordelen voor te spiegelen. De trap-op-trap-af-techniek noemt Hennen dat. “De meeste verkopers haken af als de klant bezwaren gaat noemen. Helemaal fout. Juist dan moet je doorgaan. Ga niet mee met de bezwaren van je klant, maar probeer die opnieuw te weerleggen met goede argumenten. Loop de trap als het ware af en begin weer opnieuw met verkopen.” Klanten zijn goed in excuses bedenken om niet te hoeven kopen. Hennen ziet het vaak gebeuren op zijn trainingdagen. “De excuses van de klant worden dan de excuses van de verkoper. De zwakke verkoper die niet

overtuigd is van zijn product en de urgentie, zal dan zijn verhaal aanpassen. Dat moet je dus niet doen.”

Hoe gaat Hennen bijvoorbeeld om met een opmerking als “Bedankt, maar ik wacht nog even tot volgend jaar”? Hennen: “Veel verkopers gaan daar te snel in mee. Ze doen dat omdat ze bang zijn een klant te verliezen. Ik vraag dan: ‘Hoezo, een klant verliezen? Het is nog helemaal geen klant. Hij heeft toch nog niks gekocht?’ Ik ga juist een stap verder. Ik overtuig iemand van het feit dat het noodzakelijk is dat hij nu koopt. Misschien is hij er over twee jaar anders niet meer, omdat zijn concurrent alert is geweest.”

Wat is Vrijehuizenmarkt?

In 2001 start Egbert Hennen Vrijehuizenmarkt (www.vrijehuizenmarkt.nl). Aanleiding was het opheffen van de beschermde titel ‘makelaar’ per 2001. Hennen zag een gat in de markt vanwege de vaak hoge tarieven die gevestigde makelaars vroegen. Makelaars van Vrijehuizenmarkt vragen een vast tarief van 2.500 euro per transactie (voor huizen onder 500.000 euro), ofwel gemiddeld 0,5% in plaats van het gebruikelijke tarief van 1,85% van de transactiesom. De gedachte: het werk voor een huis van 250.000 euro kopen of verkopen is immers hetzelfde als voor een huis van 450.000 euro. Dus waarom meer betalen? Een heldere formule, die bleek aan te slaan. Inmiddels is het bedrijf uitgegroeid tot een franchiseorganisatie van 85 franchisenemers. Zij genieten de gebruikelijke voordelen van de franchise, zoals het gebruik van de merknaam, de formule, reclameondersteuning en – in het geval van Vrijehuizenmarkt – een website met een uitgebreid huizenaanbod. Hennen: “Franchising biedt juist in deze tijd veel voordelen. Een makelaar die twee of drie transacties per maand doet, weet zich al verzekerd van een zeer acceptabel inkomen. En dat zonder een grote startinvestering. Franchisedeelnemers krijgen van De Topverkoper bovendien training-on-the-job.”

Nog een veelgehoord bezwaar: “Sorry, ik heb geen budget.” Hennen: “Ik zeg dan bijvoorbeeld: dat zeiden mijn andere klanten ook en die zijn er nu heel blij mee. De topverkoper haalt net zo veel argumenten aan tot hij heeft verkocht. En dat op een aardige en vriendelijke manier. Als een klant zegt ‘Ik wil even verder kijken’, dan zeg ik bijvoorbeeld ‘Dat hoeft niet: als er iets beters was geweest, had ik u dat wel aangeboden’. En dus niet agressief, maar met charme en humor, die kenmerken de ware topverkoper. Want uiteindelijk draait het immers allemaal om gunnen. Gun ik deze topverkoper handel?” Verkopen is veel meer dan een batterij verkooptrucs inzetten. Regelmatig ziet

Hennen dat verkopers met wie hij op pad gaat simpelweg zichzelf niet zijn. “Ik zie dan dat verkopers bij een klant een toonstukje opvoeren. Dat werkt niet. Je interesse moet echt zijn. Een klant heeft dat direct door.” Andere gemaakte fouten? “De verkoper die als een informatiezuil informatie aan twijfelende klanten blijft geven en zijn doel, het afsluiten, uit het oog verliest. Verkopen is helpen kopen. Twijfelende klanten help je niet met nog meer informatie te geven, maar door de bron van hun onzekerheid weg te nemen. De topverkoper voelt dat aan.” Juist in deze tijden met economische onheilstijdingen is verkopen een extra uitdaging. De behoefte van een bedrijf om

Ook topverkoper worden?

- Zijn jarenlange ervaring met verkopen heeft Egbert Hennen vastgelegd in verschillende boeken, waaronder:
- *Start voor jezelf* – een praktijkgerichte uitleg over hoe voor jezelf te starten.
 - *Gelukkig zijn met het ‘zijn’* – een praktijkgerichte uitleg over hoe gelukkig te zijn.
 - *Topverkoper zoals Egbert* – een gids vol praktische verkooptips (alleen te downloaden).

Deze boeken zijn online te bestellen op de website www.detopverkoper.nl of www.egberthennen.nl. Op deze websites ook meer informatie over de trainingen en franchiseactiviteiten van www.detopverkoper.nl.



De favorieten van Topverkoper Egbert Hennen

Boot: Grand Banks 46
Sloep: Jan van Gent
Horlogemaker: Graham
Auto: Mercedes CL 500 AMG/
 Porsche Cayenne Turbo/BMW 745-i
Vakantieplek: Bonaire
Boek: *Start voor jezelf* (Egbert H. Hennen)
Motto: ‘Verkopen is een vak’

zich te onderscheiden is nu groter dan ooit. Hoe moet een verkoper daarop inspelen? Hennen: “Verkopers moeten in deze tijd gewoon aan de gang. Eropuit! De boer op! Het is in de hoogtijdagen te makkelijk geweest. Het eerste wat de klant zegt, is altijd: ‘Ik heb geen geld.’ Hoezo? Er wordt gewoon doorgeleefd en consumenten en bedrijven geven geld uit. De ware topverkoper loopt in zo’n situatie ook de deur uit met een mooie opdracht. Mooi, toch?”

Volg je dromen

Het aanstekelijke optimisme, waar Hennen het patent op lijkt te hebben, heeft hemzelf geen windeieren gelegd. Hij leeft in een fraai huis in Noord-Holland, met zijn vrouw en kinderen. En natuurlijk veroorlooft hij zich de materiële genoegens die zijn verkoopsuccessen hem hebben opgeleverd. Toch zou hij vandaag nog afscheid kunnen nemen van al zijn materiële bezit. “Het is heerlijk om geld te hebben”, aldus Hennen. “Dat geeft mij veel vrijheid. Maar als ik het allemaal ineens kwijt zou zijn, weet ik dat ik morgen met evenveel passie weer opnieuw zou kunnen beginnen. Eigenlijk is het helmaal niet moeilijk om elke dag gelukkig te zijn, schrijf ik in mijn boek *Gelukkig zijn met het ‘zijn’*. Het belangrijkste dat ik mensen mee wil geven: bepaal voor jezelf waar jij echt gelukkig van wordt en... volg je dromen.” ■