



## de verkooppresentatie

Het is showtime en het gaat maar over één ding: de voordelen van uw product of dienst op zodanige wijze communiceren dat prospecten of klanten uw oplossing **nu wensen**. Voor een formele presentatie heeft u waarschijnlijk een berg saai werk verzet, gesprekken gevoerd, de behoeftenanalyse gedaan en het interne koopproces van de klant doorgeworsteld om tot de presentatiefase met de klant of prospect komen. Zelfs voor een informele presentatie kan het voorbereidingswerk enorme proporties aannemen. In sommige gevallen weet u vooraf zelfs niet eens wanneer u de kans zal krijgen om een presentatie te doen. De echte professional is echter voorbereid voor elke situatie. Hieronder vindt u uw checklist voor een effectieve verkooppresentatie. Ze is gebaseerd op de fundamenten van een standaardpresentatie.

Houdt de checklist bij de hand wanneer u uw standaard verkooppresentatie schriftelijk voorbereidt (elke andere vorm dan schriftelijk is geen voorbereiding). Wanneer u klaar bent, evalueert u uw werk. U dient zowel voor formele als voor informele presentaties voorbereid te zijn, en dit voor elk prospect type in uw verkooprealiteit. Met uw standaardpresentatie aangemaakt en ingeoeffend, is het aanpassen naar persoonlijkheid en specifieke scenario's vlieg gebeurd. Vlieg niet over de voorbereiding uit verveeldheid of een gerationaliseerde bezorgdheid dat uw presentatie gemaakt overkomt – zo gedraagt een professional zich niet. Voorafgaandelijke presentatievoorbereiding (uitgeschreven en ingeoeffend ) is de enige weg tot duurzaam success. Kies ervoor voorbereid te zijn. Kies Salesdoctors...



## de professionele verkooppresentatie...

Ik heb...

- Mijn standaard verkooppresentatie(s) uitgeschreven
- Mijn presentatie geschematiseerd tot een leidraad voor de eigenlijke presentatie
- de antwoorden op waarschijnlijke vragen of bezwaren uitgeschreven
- mijn standard presentatie gegeven voor twee verschillende mensen die me hierover feedback hebben bezorgd
- passend standard presentatiemateriaal voor mijn verwachte publiek en fora voorbereid (vb. auditorium, kleinde ronde tafel, conference zaal, hal, enz.)

Mijn presentatie...

- concentreert zich op de voordelen van mijn aanbod zoals ze voorkomen om een specifiek probleem voor de prospect op te lossen
- begint met het belangrijkste voordeel en bouwt verder in afnemend belang, waarbij enkel pertinente voordelen voorkomen
- bevat geen onnodige uitdrukkingen (zero fluff—vraag , "doet het er echt toe?")
- bevat enkel een korte achtergrond over de onderneming indien dit geloofwaardigheid toevoegt aan het product of dienst of indien het vooraf ingeschatte vragen van de toehoorders beantwoordt
- bevat waar toepasbaar passende eenvoudige illustraties op maat
- voorziet in mogelijkheden voor de prospects om in het gesprek betrokken te geraken
- bevat een sterke conclusie die een duidelijke illustratie geeft van de voordelen die mijn prospect zal krijgen indien hij nu mijn product of dienst koopt
- is 10% korter dan men zou verwachten van een presentatie die een oplossing van dergelijke complexiteit bespreekt

Ik let erop dat...

- de prospect een minimum aan voorbereiding moet doen (vb. projector, flip charts, markers voorzien, enz.)
- alle beslissers betrokken bij de aankoop van mijn product of dienst bevestigen aanwezig te zullen zijn
- ik enthousiast ben en mijn enthousiasme overdraag op de deelnemers in de zaal
- ik geen teksten rechtstreeks van de dia's aflees
- ik geen teksten rechtstreeks uit mijn schema of samenvatting aflees
- ik geen jargon gebruik tenzij ik absoluut zeker ben dat mijn toehoorders me begrijpen
- ik mijn aandacht over alle aanwezigen verdeel en me niet enkel op de hoofdbeslisser toeleg
- ik de te doorlopen acties met de personen in kwestie bevestig bij het einde van mijn presentatie