

# Klanten hebben ook gevoel

## Negen tips om de zaak een beetje te ontregelen

Door Wim Aalbers

*Het zijn tijden om je hoofd erbij te houden. Bij de les en bij de zaak; ruimte voor frivoliteiten is er even niet. Wie iets te verkopen heeft is zich dat maar beter bewust. Consumenten en bedrijven draaien hun dubbeltjes wel drie keer om, voor ze een uitgave doen. Marketing gaat meer dan ooit om kosten en baten, om besparingen, voordelen, functionaliteit en argumenten. Dat zou je denken. En voor je het weet ga je er nog naar handelen ook: rationeel. Maar het belang van de ratio wordt overschat, en dat al een eeuw of wat. Het gat in de markt is het gevoel van de klant.*

### Het verstand zegt doen

Wie bij veel bedrijven over de vloer komt, die krijgt wel hoogte van de tijdgeest. En de geest die momenteel rondwaart is er een van contact met de grond, benen en hoofd. Binnenshuis is het de hand op de knip en tandje erbij, buitenshuis is het keihard onderbouwen en onderhandelen. Vragen en antwoorden, bewijsvoering en argumenten. "Als ik het zo voor u uitreken is er maar een conclusie mogelijk. Het verstand zegt doen. Toch?" En dat verstand heeft tegenwoordig zo zijn hulpmiddelen. De transparantie van het internet maakt een nuchtere zakelijke afweging mogelijk tot op de centen. Beoordelingen en vergelijkingen te over. Ook voor consumenten was wikken en wegen nog nooit zo makkelijk.

### Het dierlijke brein

Maar de mens is meer dan een telraam of weegschaal. "Het ligt in onze natuur om verstandig te denken en idioot te handelen", zei Anatole France en we bewijzen zijn stelling dagelijks. Onze denkkracht - de ratio - is veel minder sterk dan onze instincten, driften en impulsen. Als het gaat om hoe we reageren en beslissen legt ons verstand het vaak af tegen het primaire, meer dierlijke gedeelte van ons brein. We kunnen menen dat we het kunnen onderdrukken, maar dan houden we onszelf voor de gek. We kunnen de ratio van klanten vooropstellen in marketing en verkoop, maar het risico is dat we met een vol magazijn blijven zitten. En zelf vol van onbegrip.

### Sterker dan de ratio

Als de ratio echt doorslaggevend was, dan werden er nu veel huizen verkocht en minder iPhones. De werkelijkheid is anders. Dan lieten veel meer bedrijven hun mensen thuis werken en halveerden ze hun budgetten voor huisvesting en reizen. Maar dat doen ze niet.

En weet u waarom? Omdat onze angst en ons ego, onze argwaan en onze jalousie, onze hebzucht en onze behoefte aan liefde sterker zijn dan onze ratio. We kunnen de ratio niet negeren, we moeten hem zelfs vertroetelen met argumenten en bewijzen. Het verstand heeft altijd een alibi nodig. Omdat iets anders uiteindelijk de doorslag geeft. De doorslag is van het gevoel, altijd, ook nu.

### Ontregel je klant

Maak voor je klanten het verschil; ga op zoek naar wat de doorslag geeft. Dat betekent verder doorvragen, persoonlijk durven zijn, tot op het randje van impertinent. Wees niet bang om vragen te stellen die pijn doen, waar klanten van schrikken. Lok ze uit met beweringen waartegen ze in opstand komen. Zet je klanten aan het werk. Ontregel het denken een beetje en ontdek zo de echte drijfveren van klanten. Zorg dat je klanten wat voelen.

### Negen tips om meer te weten te komen van je klant:

1. Spiegel je klant verbaal en non-verbaal. *Het helpt de ander zich prettig te voelen en meer van zich te laten zien.*
2. Vraag de klant het probleem of de situatie "heel precies te beschrijven". *Minder snel genoeg nemen, is meer kans op betekenisvolle informatie.*
3. Laat je klanten helemaal uitpraten. Gebruik de stilte. *Niet direct reageren. Dan komt er vaak nog wat meer.*
4. Vraag iemand wat hem of haar tegenhoudt. *Ontregelende vraag. Zo denken mensen niet vaak over zichzelf.*
5. Geef niet altijd meteen antwoord, maar stel eens een extra vraag. *Het antwoord is de valkuil van de adviseur. De beste antwoorden zijn die van de klant zelf.*
6. Toon begrip voor aarzeling en twijfel. *Twijfel is menselijk. Erkenning werkt beter dan argumenten en maakt ruimte.*
7. Vraag naar de persoonlijke betekenis. *Er is altijd meer dan de zaak. De woorden "zelf" en "gevoel" doen vaak wonderen.*
8. Verbreek de klik (ontspiegel) en kijk naar de reactie. *Te gezellig is niet zakelijk. Check: doet de ander ook moeite voor de relatie?*
9. Praat over je eigen gevoel. *Eerlijkheid geeft eerlijkheid. Alles is menselijk.*