



■ **Wie:** Yvonne Thans, medeoprichter Vintykids.com
 ■ **Wat:** iets met fashion

DROOMJOB

Strakomlijnde carriëreplannen heeft Yvonne Thans nooit gehad. Wel was de interesse voor mode en kleding al vroeg aanwezig. „Mijn ouders zaten in de textiel en als kind was ik altijd omringd door lapjes stof.”

Voor de agentuur van haar vader liep ze al vanaf haar achtste modeshows. Als vanzelf rolde ze dan ook het modellenvak in. „Ik deed opdrachten in de commerciële fotografie”, vertelt Thans, die op haar 23e als ‘Shellshopmeisje’ een exclusief fotomodelcontract had met Koninklijke Shell.

Na enige jaren in Zuid-Amerika gewoond en gewerkt te hebben, leidt zij inmiddels haar eigen modellenbureau en boekt ze modellen om de vintage merkartikelen te presenteren, die ze online via Vintykids, Vintywomen en binnenkort ook via Vintymen aanbiedt.

„Wij stimuleren het hergebruik van kleding. Het is mijn droom om daarnaast tweedehands kledingstukken die niet meer te verkopen zijn te recycleren tot vezels, waarmee we een eigen jeanslijn kunnen beginnen.”

Managementroman vol adviezen om succesvol te verkopen

Creëer band met de klant

door Paola van de Velde

BREUKELEN • „Klanten geven geen opdrachten. Ze gúnnen ze jou. Daarom begint succesvol verkopen met het opbouwen van een persoonlijke relatie met je klant”, stelt organisatieadviseur Bart Groothuis. In zijn nieuwste boek ‘Creëer een band met je klant’ legt hij uit hoe professionals die eigenlijk geen zin hebben in verkopen dit het beste kunnen aanpakken.

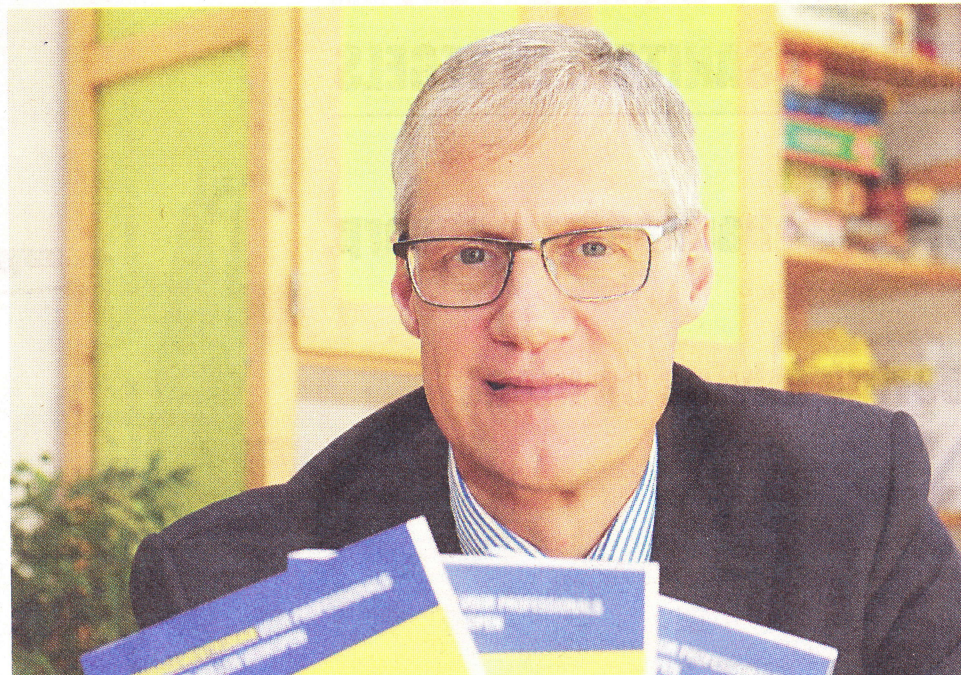
Groothuis heeft al zijn tips en adviezen verpakt in een vlot geschreven managementroman over het fictieve it-bedrijf De Boer en Lorens IT Solutions. De twee directeurs willen de klantgerichtheid van hun bedrijf verbeteren en hebben daarvoor een adviseur annex coach aangetrokken, genaamd Karel Bos.

„Die Bos is in feite mijn alter ego”, vertelt Groothuis lachend. „Net als hij ben ik een echte verteller, leg ik

‘Zoek het Benidorm van de cliënt’

graag dingen uit. Daarnaast heb ik veel van de blunders en voorbeelden die ik in het boek beschrijf, zelf in de praktijk meegemaakt.”

Groothuis, die zijn loopbaan als it'er begon, zag destijds al dat de consultants die bij hem over de vloer



kwamen de acquisitie niet handig aanpakten. „Vaak spraken zij teveel over de inhoud van hun vak. Maar dat moet je als professional juist niet doen. De meeste klanten hebben daar immers geen verstand van.”

„Houd altijd voor ogen dat klanten helemaal geen producten of diensten willen. Ze zijn uit op de vier g's: gemak, genot, gewin en geen gezeur. Daarom is het zaak dat je jouw aanbod klant vertalen naar die vier G's. Doe je dat niet. Dan krijg je het nooit verkocht.”

„Verkopen begint met op-

rechte interesse tonen in je klant. Luister naar hem en probeer in kaart te brengen wat hij nodig heeft. Vaak benadrukken professionals alsmäär de *unique selling points* van hun producten. Dat kan irritatie wekken. Want de klant wil eigenlijk alleen maar weten wat de *unique buying reasons* zijn”, gaat hij voort. „Ga daarom altijd eerst op zoek naar het Benidorm van je klant.”

„Daar bedoel ik mee: stel dat je Benidorm wilt verkopen als vakantiebestemming. Dan moet je eerst weten welk Benidorm de ideale locatie is voor de klant. Is dat de familiebadplaats met

Bart Groothuis: „Behandel een klant nooit als een one night stand. Je wilt toch een langdurige relatie opbouwen?”

FOTO MENNO BAUSCH

een camping waar veel Nederlanders komen, een veilige plek om te overwinteren of de stad waar je in de nabije omgeving uren kan wandelen in de bergen? Pas als je het antwoord op die

vraag weet, kun je gaan verkopen.”

Dat sommige tips (‘kleeft je altijd zakelijk’ of ‘let op je taalgebruik’) open deuren zijn, ontkent Groothuis niet. „Het is geen *rocket science*. Maar veel mensen vergeten hoe belangrijk details zijn, als het om het opbouwen van vertrouwen gaat. Met hoffelijkheid kun je je vandaag de dag echt onderscheiden. Let er maar op hoe vaak nog winkel- of horecapersoneel de plank mislaat. Terwijl iedereen weet dat in die branches service en klantvriendelijkheid het verschil maken.”

Groothuis gruwelt van verkopers die de klant als ‘one night stand’ behandelen. „Het gaat toch niet om een eenmalige order? Je wilt een langdurige relatie opbouwen. Laat daarom blijken dat je echt wilt investeren in de relatie met de ander en hem niet ziet als iemand om ‘effe snel’ geld aan te verdienen.”

„Doe daarom ook af en toe iets extra's voor je klant: bijvoorbeeld in de vorm van een cadeautje. Een blij verraste klant is een trouwere klant. En zal zijn positieve ervaring met jou zeker aan anderen doorvertellen.”

CARRIÈREJOURNAAL



Bas Boersma (45) start bij Cisco Noord-Europa als



Valkenburg is overgestapt. Flinkerbusch was eerder