

Hoopgevende geluiden voor makelaars in crisis

“Echt: commerciële efficiëntie is te leren”

D Deze crisis legt genadeloos bloot bij wie het commerciële proces sterk of zwak is.” Dat zegt drs. Maarten Colijn, managing director van Professional Capital. Hij geeft mede leiding aan dit Rotterdamse trainings- en adviesbureau voor commerciële professionals. Dit doet hij tezamen met Willem Verbeke Ph. D., hoogleraar Sales en Account Management aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. De adviezen en trainingen richten zich op iedereen die met klanten te maken heeft.

Voorafgaand aan dit interview nam Maarten Colijn de moeite om een aantal makelaars te benaderen met een mystery call, om te ervaren hoe de commerciële aanpak verloopt. Daarnaast kan hij putten uit recente ervaring: zijn vriendin en hij hebben onlangs een huis in de buurt van Rotterdam gekocht. Dit alles heeft geen heel sterke indruk achtergelaten: “De gemiddelde Tunesische souvenirverkoper pakt het handiger aan dan een gemiddelde makelaar.”

Niet verschuilen

Voor hij wil ingaan op manieren om commercieel effectiever te opereren, wil Maarten Colijn eerst een hardnekkig misverstand ontzenuwen. Zo zou commerciële effectiviteit iets zijn wat je hebt, of wat je niet hebt. Een aangeboren karaktereigenschap. Onzin, zo zegt de trainer uit ervaring. “Weliswaar zie je in elke organisatie mensen die gewoon handiger met klanten omgaan. Zo werken we eens voor een technisch bedrijf. Veel medewerkers waren vooral inhoudelijk erg sterk, anderen hadden bovendien een goede band met de klanten. Die

kregen dan meer en meer de commerciële taken toebedeeld. Als je ze ernaar vroeg, wisten ze zelf eigenlijk ook niet wat ze nou beter deden dan hun collega's. Zulke mensen zijn, wat wij noemen, onbewust bekwaam. Je zou dan bijna gaan denken: het is iets intuïtiefs. Maar daar kom je aan een interessant aspect van commercie: het is aanleerbaar. Slechts zo'n vijf tot tien procent zal het inderdaad nooit leren. Toch verschuilen veel mensen zich graag achter die aanname: ik heb de klik nou eenmaal niet. Dat is echter vaak een reflectie van verkoopangst. Als iemand moeite heeft om bepaalde acties op klanten te verrichten, dan kun je daar allerlei excuses voor bedenken. 'Je hebt het of je hebt het niet', is zo'n excuus. De huidige recessie is ook een dankbare uitvlucht. 'De markt is zo slap, je hoeft nu niks te proberen.' Wij weten: juist nu moet je aan de bak!”

Word bewust bekwaam

Door inzicht en oefeningen is het voor mensen met die natuurlijke 'klik-factor' mogelijk om bewust bekwaam te worden. Je kunt dan verwoorden wat je doet



Effectiviteit

en waarom. Voor de meerderheid die het nu wat lastig vindt, zijn dezelfde oefeningen en inzichten evenzeer zinvol. Maarten Colijn daarover: "Je moet gewoon constateren dat het in de meeste gevallen bij de basics al fout gaat. Dat is bizar, maar ook een geruststelling. Want daardoor is er al heel snel van alles aan te doen. Daarvoor hoeft niemand zich in rare bochten te wringen. Je kunt met behoud van je eigen identiteit commercieel veel slimmer opereren als je een aantal valkuilen vermijdt."

Luister

Tijdens zijn eigen zoektocht naar een woning en tijdens de mystery calls viel Maarten Colijn op dat alle makelaars sterk gericht zijn op het eigen verhaal. "En ik merkte dat eigenlijk iedereen zonder structuur het traject met ons inging. Geen vragen over mijn achtergrond. Ik ben vijf jaar ondernemer. Dat is voor een makelaar bijna essentiële informatie, dunkt me. Daarentegen waren er wel



den. Als ik ergens niet gevoelig voor ben, dan is het dat soort informatie. Die man maakte dus allerlei aannames ten aanzien van mijn werkelijkheid. Bijna stuitend was ook de wijze waarop de meeste monologen zich tot mij beperkten, alsof mijn vriendin geen partij was. Daar is een aankoop minstens eenmaal ook op stukgelopen. Ik vond een pand geweldig, maar mijn vriendin was niet overtuigd. Als de makelaar haar bezwaren in kaart had gebracht, dan had hij daar mogelijk iets mee kunnen doen."

"Deze crisis legt genadeloos bloot bij wie het commerciële proces sterk of zwak is"

veel monologen over het pand en de buurt. Zo stonden we in een keuken waar de makelaar hoog opgaf over het peperdure Boretti-fornuis. Als hij mijn wensen had gekend, had hij geweten dat ik niet om koken geef en dat ding eerder een obstakel vond. Ook troffen we een andere makelaar die enorm opgaf over de wijk. Dat er artsen en notarissen woon-

Structureer

Tijdens zijn eigen ervaringen en gedurende de mystery calls stuitte Maarten Colijn op een naar zijn inzicht wijdverspreid euvel: "Slechts een enkeling werkt vanuit een zekere structuur. Zo krijg je bijvoorbeeld zelden een helder antwoord op de vraag: 'Wat onderscheidt uw kantoor van bijvoorbeeld Makelaarsland?'

Iedereen binnen een makelaarskantoor zou dat paraat moeten hebben. Dat vereist dan wel dat het management of de eigenaar daar terdege over heeft nagedacht. En dat gebeurt naar mijn mening te weinig en te oppervlakkig. Je ziet het ook als je al die websites bekijkt. 'Wij zijn betrouwbaar', staat er dan. Maar je mag veronderstellen dat alle makelaars dat zijn. Dat is een randvoorwaarde, geen onderscheidende waarde. Mogelijk is het nog een erfenis van de goede jaren die achter ons liggen. Toen kon je nog wegkomen met wat ik 'fax-management' noem; contact met de klant hoefde ook niet zo diep te gaan, want de markt was booming. We komen nu in een tijd dat je wint of verliest op details. Je moet nadenken over wat je op internet doet, of dat strookt met je face to face-contacten en je telefonische contacten."

Naschrift: in samenwerking met Professional Capital organiseert De Beroepsopleiding Makelaars Masterclasses Commerciële Effectiviteit. Voor meer informatie: De Beroepsopleiding Makelaars, bel: 070 – 356 32 00.

Tekst: Henk de Kleine