

PRACKTISCHE GIDS

De juiste verkopers werven: de complete gids!

ADVIES VAN EXPERTS & BEST PRACTICES



Voorwoord

| Waarom deze gids?

Een verkoper is niet alleen een verkoper: hij is het gezicht van uw bedrijf op het veld. Elke afspraak, elk telefoontje, elke interactie draagt bij aan de ervaring die de klant met uw merk zal associëren.

Een sterk verkoopargument heeft de macht om een potentiële klant te overtuigen, maar het is vaak de kwaliteit van de menselijke relatie die deze eerste ontmoeting omzet in een duurzame samenwerking.

Naast het sluiten van een contract zijn verkopers:

- Ambassadeurs die uw waarden belichamen en uw merkimago versterken.
- Detectoren van zwakke signalen, alert op marktontwikkelingen en klantverwachtingen.
- Groeikatalysatoren die loyaliteit opbouwen, extra omzet genereren en aanbevelingen stimuleren.

Het werven van een goed commercieel profiel is dus een belangrijke uitdaging. Het gaat niet alleen om het beoordelen van het verkoopvermogen, maar ook om het begrijpen hoe een kandidaat past in uw verkoopstrategie, uw cultuur en uw marktomgeving. Een succesvolle verkoper in het ene bedrijf kan in een ander bedrijf ongeschikt blijken te zijn, simpelweg omdat de verkoopcycli, de klanten of de werkwijzen verschillen.

In een steeds meer gedigitaliseerde en concurrerende omgeving zijn technische vaardigheden niet meer voldoende. Soft skills – nieuwsgierigheid, actief luisteren, aanpassingsvermogen, doorzettingsvermogen – zijn nu doorslaggevend om duurzame prestaties te garanderen.

Bij PerformanSe zijn we ervan overtuigd dat commercieel succes gebaseerd is op een goede afstemming tussen een profiel, een context en een bedrijfscultuur.

Veel leesplezier, iedereen!

Wist u dat?

60%



van de klanten zegt dat hun loyaliteit vooral afhangt van de kwaliteit van de relatie met hun verkoper (**Salesforce, 2024**).

70%



van de commerciële managers vindt soft skills moeilijker te beoordelen dan technische vaardigheden (**LinkedIn Talent Solutions, 2023**).

40 tot 60 dagen



Het duurt gemiddeld 40 tot 60 dagen om een verkoper aan te werven, een kostbaar proces vanwege de complexiteit van het gezochte profiel (**Glassdoor, 2024**).

Profiel van verkopers: wat de gegevens onthullen

Zijn alle verkopers extravert en op zoek naar macht? We hebben de gegevens onderzocht van een steekproef van 13.548 personen die onze psychometrische tests hebben afgelegd over gedragsvoorkeuren, motivatiefactoren en de relatie tot werk. De uitdaging was om te ontdekken wat verkopers op gedragsniveau onderscheidt van niet-verkopers. **De statistische analyse van de gegevens over de verkoopfunctie levert enkele verrassingen op...**

Wat onderscheidt verkopers van andere functies?

PerformanSe heeft vastgesteld dat commerciële medewerkers zich op drie belangrijke gedragsvoorkeuren aanzienlijk onderscheiden:

Extraversie, wat zich uit in sociale vaardigheden en het vermogen om zich gemakkelijk in het openbaar uit te drukken.

- Assertiviteit – zelfvertrouwen, een teken van een sterk zelfbeeld.
- Vechtlust – competitieve instelling, een weerspiegeling van het vermogen om zichzelf te overtreffen en uitdagingen aan te gaan.

« Uit de analyse van onze gegevens blijkt dat verkopers extravert zijn dan gemiddeld. Ze vertonen ook een grotere assertiviteit, met andere woorden een sterker zelfvertrouwen, en een strijdlust die een echte competitieve instelling weerspiegelt », **legt Arnaud Trenvoux, hoofd R&D bij PerformanSe, uit.**

Naast deze drie eigenschappen hebben ze ook een grotere zelfeffectiviteit (vertrouwen in hun vaardigheden), wat wijst op een typisch profiel met een hoger zelfbeeld dan bij niet-verkopers. Met andere woorden, verkopers geloven meer in hun vermogen om te slagen en obstakels te overwinnen. Dit streven om zichzelf te overtreffen komt tot uiting in hun manier van werken.

Enkele gangbare misvattingen ontkracht

Als we dieper ingaan op de statistische analyse, blijkt het profiel van de verkoper minder uniform te zijn dan we zouden denken. We horen bijvoorbeeld vaak dat een verkoper vooral moet luisteren naar zijn klanten. Onze resultaten tonen echter aan dat er, net als in de algemene bevolking, onder verkopers zowel profielen zijn die zeer goed kunnen luisteren als profielen die dat veel minder goed kunnen. Met andere woorden, luisteren is geen kenmerk van de verkoopfunctie in haar geheel, maar eerder een individuele eigenschap.

« Verkoopmedewerkers geven niet de voorkeur aan luisteren met emotie en empathie, maar zijn wel in staat om op een meer afstandelijke en analytische manier te luisteren, waardoor ze de behoeften van hun klanten goed kunnen begrijpen », **nuanceert Arnaud Trensouez**.

Evenzo komen eigenschappen als onafhankelijkheid of doorzettingsvermogen niet significant sterker naar voren bij verkopers dan bij niet-verkopers.

En als we eens kijken naar het psychologische contract?

Men zou kunnen denken dat verkopers een transactionele contractlogica hanteren, dat wil zeggen een werkrelatie die gericht is op het uitwisselen van bijdragen tegen tegenprestaties (salaris, bonussen, voordelen). Onze gegevens tonen echter het tegenovergestelde aan. De commerciële populatie geeft duidelijk aan te streven naar een relationeel psychologisch contract, dat wil zeggen een verbintenis die verder gaat dan een eenvoudige transactie.

Dat betekent:

- een sterke identificatie met de waarden van het bedrijf,
- een persoonlijke investering die verder gaat dan de formele taken en het werkkader,
- een projectie in de tijd, met de wens om bij te dragen aan het succes van het bedrijf.

Dit soort psychologisch relationeel contract illustreert het feit dat verkopers vooral op zoek zijn naar een duurzame en vertrouwensvolle relatie met hun organisatie, in plaats van een eenvoudige uitwisselingsrelatie die beperkt blijft tot onmiddellijke resultaten. Een ander opvallend punt versterkt deze vaststelling: verkopers schrijven hun successen en mislukkingen meer toe aan zichzelf dan niet-verkopers.

In tegenstelling tot wat vaak wordt gedacht, schuiven ze de verantwoordelijkheid niet af op het product, de klant of het team. Integendeel, ze zijn geneigd om mislukkingen aan zichzelf toe te schrijven en niet aan hun omgeving. Deze houding getuigt van een sterk individueel verantwoordelijkheidsgevoel en een diep geloof in hun vermogen om de gang van zaken te beïnvloeden.

Kortom...

Verkoopmedewerkers onderscheiden zich door een sterk geloof in hun capaciteiten en door de overtuiging dat hun resultaten vooral afhangen van hun eigen acties. Deze houding zorgt voor een competitief en zelfverzekerd profiel, waarbij het aangaan van uitdagingen centraal staat. Naast individuele prestaties tonen ze ook de bereidheid om deel uit te maken van een collectief project, waarbij ze de waarden en het succes van hun bedrijf delen. Het is deze combinatie van persoonlijke competitiviteit en duurzame investering die de originaliteit van de commerciële functie vormgeeft.



STAP 01

Voorafgaand aan de werving: bepaal uw behoefte



Voorafgaand aan de werving: bepaal uw behoefte

Het werven van de juiste verkoper betekent niet dat u op zoek moet gaan naar een 'universeel' profiel dat voor iedereen geschikt is. Het betekent dat u het ideale profiel voor UW context moet identificeren. **Dit gebeurt in twee stappen: eerst analyseert u uw verkoopomgeving en vervolgens bepaalt u welk type verkoper geschikt is.**

Wat is uw type verkoop?

1

Complexe verkoop:

meerdere besluitvormers, gepersonaliseerde oplossingen, lange cycli. Hier zijn geduld, het vermogen om een vertrouwensband op te bouwen en te navigeren in complexe organisaties essentieel.

2

Projectverkoop:

gebaseerd op een specifieke behoefte, samen met de klant opgebouwd, met een zorgvuldige opvolging tot aan de levering. Dit vereist coördinatie, aanpassingsvermogen en projectbeheer.

3

Eenvoudige verkoop:

korte cycli, snelle beslissingen. Efficiëntie, reactievermogen en het vermogen om snel tot een akkoord te komen prevaleren boven het opbouwen van een langetermijnrelatie.

Wat is uw typische kopersprofiel?

- **De ontdekkingsreiziger:** nieuwsgierig naar nieuwigheden, aangetrokken door innovatie en differentiatie.
- **De relationele koper:** hecht aan vertrouwen en authenticiteit in de communicatie.
- **De rationele koper:** beslist op basis van feiten, ROI en vergelijkende studies.

Welke stijl van verkoper zoekt u?

De hunter :

houdt van veroveringen, is voortdurend op zoek naar nieuwe kansen. **(competitief, nieuwsgierig)**

De expert :

baseert zich op een sterke technische expertise om nauwkeurig advies te geven. **(Methode/aanpassing)**

De farmer :

blinkt uit in het opbouwen van loyaliteit, anticipeert op de behoeften van zijn klanten. **(Vertrouwensrelatie/luisteren)**

De onderhandelaar :

weet zijn standpunten te verdedigen en tegelijkertijd een constructieve relatie te onderhouden. **(Doorzettingsvermogen, assertiviteit)**

HR-tip: door deze drie variabelen (type verkoop, type klant, stijl van verkoper) te combineren, kunt u een echt overzicht van uw ideale profiel creëren.

Sleutelcompetenties per profiel

Beoordelingsschema voor technische en gedragsvaardigheden volgens commerciële profielen

De hunter

- Commerciële prospectie
- Verkooptechnieken
- Beheersing van CRM

- ☐ • Proactiviteit ☐
- ☐ • Sociaal vaardig ☐
- ☐ • Veroveringsdrang ☐

De expert

- Productkennis
- Klantadvies
- Pedagogisch

- ☐ • Methodisch ☐
- ☐ • Analytisch vermogen ☐
- ☐ • Observatievermogen ☐

De farmer

- Marktbewaking
- Portefeuillebeheer
- Klantbinding

- ☐ • Actief luisteren ☐
- ☐ • Relationale vaardigheden ☐
- ☐ • Anticiperen ☐

De onderhandelaar

- Onderhandelingstechnieken
- Omgaan met bezwaren
- Afsluiten

- ☐ • Argumentatie ☐
- ☐ • Doorzettingsvermogen ☐
- ☐ • Resultaatgerichtheid ☐

HR-tip: vraag tijdens het sollicitatiegesprek naar concrete voorbeelden waarin deze vaardigheden zijn toegepast, in plaats van naar algemene uitspraken.

70 tot 85%

van het succes in de verkoop is gebaseerd op de soft skills van de verkoper in plaats van op technische vaardigheden.

Bron : LinkedIn Learning, 2023.

Belangrijkste vaardigheden per fase van de verkoopcyclus

Het traject van een succesvolle verkoper is geen aaneenschakeling van improvisatie: het is een gestructureerd proces waarbij elke stap specifieke technische en gedragsvaardigheden vereist. Het goed begrijpen en evalueren van deze vaardigheden is cruciaal om de talenten te identificeren die een prospect kunnen omzetten in een trouwe klant. **Hieronder volgen de 4 essentiële stappen van het verkoopproces en de bijbehorende vaardigheden**

#1.

Prospectie

| Kansen vinden en creëren

Prospectie is de eerste stap naar commercieel succes. Het bestaat uit het identificeren van nieuwe potentiële klanten en het leggen van een veelbelovend eerste contact. Een goede verkoper wacht niet gewoon tot er kansen komen, maar gaat ernaar op zoek.

Te beoordelen kernvaardigheden:

Commerciële waakzaamheid



het vermogen om de markt te analyseren, trends te signaleren, de concurrentie in de gaten te houden en te anticiperen op nieuwe behoeften.

Prospectie



de juiste gesprekspartners weten te benaderen, interesse wekken, een afspraak maken en snel een prospect kwalificeren.

Waarom dit belangrijk is:

Een verkoper die prospectie onder de knie heeft, garandeert een constante stroom van kansen in de pijplijn. Zonder deze vaardigheid zal zelfs het beste verkoopargument niemand kunnen overtuigen.

HR-tip: vraag de kandidaat tijdens het sollicitatiegesprek hoe hij zijn laatste grote verkoopkans heeft geïdentificeerd. Let op de zwakke signalen die hij heeft opgemerkt.

#2.

Ontdekking

| Een diepgaand inzicht krijgen in de behoeften van de klant

Ontdekking is de fase waarin de basis voor de relatie wordt gelegd. Hier moet de verkoper, naast de geuite vraag, ook de motivaties, beperkingen en prioriteiten van de klant begrijpen.

Te beoordelen kerncompetenties:

In kaart brengen van de behoefte



de juiste vragen stellen, herformuleren om te controleren of je het goed begrijpt en echte interesse in de klant tonen.

Analyseren



de verzamelde informatie gebruiken om de belangrijkste uitdagingen te identificeren en impliciete kansen te detecteren.

Waarom dit belangrijk is:

Een verkeerde ontdekking leidt vaak tot een voorstel dat niet ter zake doet. Een goede verkoper weet dat verkopen vooral begrijpen is.

| **HR-tip:** speel tijdens een rollenspel de rol van een klant die niet goed weet wat hij nodig heeft. Kijk hoe de kandidaat doorvraagt en herformuleert voordat hij een voorstel doet.

#3.

Argumentatie

| Overtuigend argumenteren

Dit is het moment waarop de verkoper de geïdentificeerde behoeften omzet in een duidelijk en aantrekkelijk voorstel. Het argumenteren beperkt zich niet tot het aanprijzen van de voordelen van een product: het moet precies beantwoorden aan de gesignaleerde verwachtingen.

Te beoordelen sleutelcompetenties:

Adviesexpertise



grondige kennis van het product, de markt en de concurrentie, vermogen om de boodschap aan te passen aan de gesprekspartner.

Overtuigen



zijn argumenten met zelfvertrouwen kunnen presenteren, op bezwaren kunnen reageren en een constructieve dialoog kunnen aangaan.

Waarom is dit belangrijk?

Een relevant betoog zorgt ervoor dat de klant van interesse naar kooplust overgaat. Dit is ook de fase waarin differentiatie een rol speelt.

HR-tip: vraag de kandidaat om in 10 minuten een argumentatie voor te bereiden over een fictief product. Observeer zijn vermogen om zijn ideeën te structureren en zich aan te passen aan uw 'klantprofiel'.

#4.

De closing

| De deal sluiten

De afsluiting is het beslissende moment waarop een kans wordt omgezet in een handtekening. **Het vereist een uitgekiende mix van overtuigingskracht, timing en diplomatie.**

Te beoordelen kerncompetenties:

Competitieve instelling

motivatie om doelstellingen te halen (en te overtreffen),
vermogen om actief en betrokken te blijven tot het einde.

Onderhandelen

een compromis vinden waarbij je je marges behoudt en aan de verwachtingen van de klant voldoet.

Waarom dit belangrijk is:

Zonder een goede afsluiting kan al het werk op het gebied van prospectie, ontdekking en argumentatie zijn macht verliezen. Hier loont energie en striktheid.

HR-tip: introduceer in een simulatiesituatie een last-minute bezwaar. Kijk of de kandidaat gespannen reageert of met oplossingen komt.

Belangrijkste vaardigheden in de verkoopcyclus

| Beoordelingsschema voor vaardigheden volgens de fasen van het verkoopproces

01. Prospectie

- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| • Beheersing van prospectietools | ☐ | • Anticiperen | ☐ |
| • Genereren van kansen | ☐ | • Nieuwsgierigheid | ☐ |
| • Marktanalyse en concurrentieonderzoek | ☐ | • Veroveringsdrang | ☐ |

02. Ontdekking

- | | | | |
|--|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| • Vraagtechnieken | ☐ | • Actief luisteren | ☐ |
| • Inzicht in behoeften en uitdagingen | ☐ | • Analyse | ☐ |
| • Vermogen om behoeften en oplossingen met elkaar te verbinden | ☐ | • Observatievermogen | ☐ |

03. Argumentatie

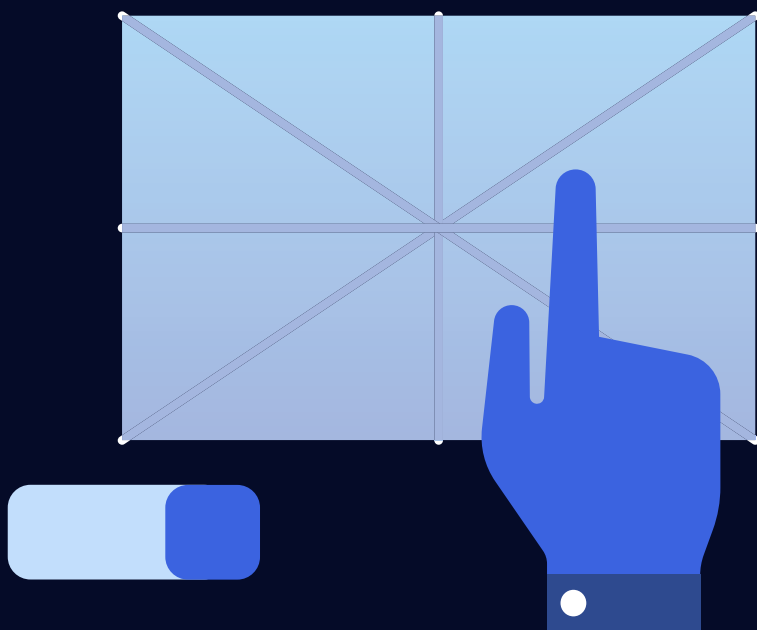
- | | | | |
|--|--------------------------|------------------------------|--------------------------|
| • Productkennis | ☐ | • Zelfvertrouwen | ☐ |
| • Structuur van een verkooppraatje | ☐ | • Aanpassingsvermogen | ☐ |
| • Technieken om bezwaren te weerleggen | ☐ | • Constructieve uitwisseling | ☐ |

04. Afsluiten

- | | | | |
|---|--------------------------|---------------------------|--------------------------|
| • Beheersing van onderhandelings technieken | ☐ | • Competitieve instelling | ☐ |
| • Beheer van contractuele voorwaarden | ☐ | • Veerkracht | ☐ |
| • Kennis van de factoren die de beslissing van de klant beïnvloeden | ☐ | • Doorzettingsvermogen | ☐ |

STAP 02

Vertrouw op effectieve beoordelingsmethoden.



02. Vertrouw op effectieve beoordelingsmethoden

Het aanwerven van een verkoper mag niet alleen gebaseerd zijn op een klassiek sollicitatiegesprek of op de algemene indruk die een kandidaat achterlaat. **Om een volledig beeld te krijgen van zijn potentieel, zijn werkstijl en zijn verbeterpunten, is het noodzakelijk om verschillende evaluatiemethoden te combineren.** Door objectieve, praktische en gedragsgerichte benaderingen te combineren, vermindert u het risico op fouten bij de selectie aanzienlijk en vergroot u uw kansen om het juiste profiel aan te werven.



#1. Psychometrische test

Gestandaardiseerd instrument dat persoonlijkheid, motivatie en vaardigheden evalueert. **Met de BOOST-tool kunt u een kandidaat beoordelen op gedrag dat voorspellend is voor commerciële prestaties:** u kunt vaststellen of hij geschikt is om te verkopen, hoe hij verkoopt en in welke omgeving hij het beste presteert.

| Voordelen: concreet beeld van de commerciële stijl, aanpassingsvermogen.



#2. Simulatie

Door een afspraak met een klant of een onderhandeling te simuleren, kunt u live observeren hoe de kandidaat omgaat met mensen, hoe snel hij reageert en hoe hij omgaat met bezwaren.

| **Voordelen:** concreet beeld van de commerciële stijl, aanpassingsvermogen.

| **HR-tip:** introduceer in de praktijksituatie een last-minute bezwaar. Kijk of de kandidaat gespannen reageert of met oplossingen komt.



#3. Assessment Center

Geïntegreerde aanpak die psychometrische tests, praktische oefeningen en gestructureerde gesprekken combineert om zowel vaardigheden, gedrag als motivatie te beoordelen. **Dit is de meest voorspellende methode voor commercieel succes.**

| **Voordelen:** globaal en betrouwbaar beeld van toekomstige prestaties, maximale vermindering van het risico op fouten bij de werving.

BOOST: tool voor het beoordelen van commerciële vaardigheden

Met BOOST kunt u een kandidaat of medewerker beoordelen op gedrag dat voorspellend is voor commerciële prestaties. U kunt snel vaststellen of hij geschikt is om te verkopen, hoe hij verkoopt en in welke omgeving hij het beste presteert!

01. Het commerciële profiel

Dit deel van het rapport geeft het commerciële potentieel van de kandidaat weer, uitgedrukt in een percentage, om zijn of haar aanleg voor een commerciële functie te beoordelen. Het belicht zijn of haar persoonlijke kwaliteiten en aanleg – of hij of zij nu een hunter, expert, farmer of onderhandelaar is – en geeft zo een duidelijk beeld van zijn of haar natuurlijke manier van omgaan met klantrelaties en commerciële ontwikkeling.

Jouw salesprofiel

Wat voor salesprofessional ben jij?

Salespotentieel

Verwijst naar de persoonlijke kwaliteiten en eigenschappen die bijdragen aan de commerciële rol.

56%

Dit profiel toont gunstige aanleg voor het ontwikkelen van commerciële relaties.

Relaties ontstaan vlot en steunen op een constante inzet en betrokkenheid. Het profiel heeft goed inzicht in de eigen kwaliteiten bevordert een zekere en consistente verkoopdoelstellingen.

Salesstijl

Geeft weer hoe iemand de verkoop en de klantrelatie benadert. Het profiel heeft bij voorkeur inzet om doelen te bereiken.

57% **Hunter**

Mensen met dit profiel halen energie uit de verkoop. Ze willen winnen: ze gaan vastberaden vooruit, nemen uitdagingen en nemen initiatief in het aanpakken van problemen.

48% **Farmer**

Mensen met dit profiel bouwen relaties: ze zijn aandachtig en afgestemd op marktomstandigheden. Ze bouwen loyaliteit op en nemen de tijd voor de klant.

46% **Onderhandelaar**

Mensen met dit profiel blijven tegelijk aandachtig en flexibel. Ze zijn open voor andere manieren van doen en zijn bereid om te luisteren.

02.

Commerciële vaardigheden

Het commerciële beroep is gebaseerd op een gestructureerd proces met verschillende fasen die elk specifieke vaardigheden vereisen. Op deze pagina kunt u zijn sterke punten en zijn marge voor verbetering beoordelen aan de hand van de vier belangrijkste momenten in de verkoopcyclus.

03.

Ideale verkoopomgeving

Commerciële prestaties zijn ook afhankelijk van de mate waarin een profiel en de omgeving bij elkaar passen. In dit deel van het rapport wordt aangegeven in welke contexten de kandidaat zich het meest op zijn gemak voelt, welk type verkoop bij hem past, welke kopersprofielen zijn voorkeur hebben en hoe hij dagelijks te werk gaat.

Wilt u BOOST testen?

DEMO AANVRAGEN

Je sales skills

Een nadere blik op de 4 kernfasen van het salesproces

Prospectie

68 Marktmonitoring
53 Prospectie

Closing

67 Competitieve geest
43 Onderhandelen



Sterke punten

Assertieve en impactvolle argumentatie
Anticipeert door actieve opvolging
Ambitieuze, wil verder gaan dan de verwachtingen

Aandachtspunten

Mist perspectief op
Onheldere of gest
De aandacht tijd

Gedragrisico's

Stressmanagement

Blijft standvastig onder druk, maar kan so

Sollicitatievragen per commercieel profiel

Sollicitatievragen aangepast aan het gezochte commerciële profiel.
Als u op zoek bent naar een profiel...

Hunter :

- Geef een voorbeeld waarbij u een markt hebt aangeboord of een moeilijke klant hebt binnengehaald. ☐
- Hoe blijft u gemotiveerd als de resultaten uitblijven? ☐

Expert :

- Hoe past u een technisch discours aan aan een niet-deskundige gesprekspartner? ☐
- Vertel ons wanneer uw expertise heeft bijgedragen aan het binnenhalen van een verkoop. ☐

Farmer :

- Hoe heeft u een incidentele klant omgezet in een trouwe klant? ☐
- Geef een voorbeeld waarbij u op een behoefte hebt geanticipeerd voordat de klant deze uitsprak. ☐

Onderhandelaar :

- Vertel over een moeilijke onderhandeling waarbij u een akkoord hebt bereikt. ☐
- Hoe gaat u om met een last-minute bezwaar, vlak voor de ondertekening? ☐

Sollicitatievragen

Vragenlijst voor een sollicitatiegesprek om de resultaten van een psychometrische test verder uit te diepen

Uw commerciële profiel

Doel: De dominante houding en natuurlijke stijl van de kandidaat verkennen

- Hoe herkent u zich in deze commerciële stijl? ☐
- In welke situaties kunt u deze houding het beste tot uiting brengen? ☐
- Wat maakt u volgens u effectief in een klantrelatie? ☐

Uw commerciële vaardigheden

Doel: Concrete voorbeelden naar voren brengen en het bewustzijn van van sterke/zwakke punten

- Welke stappen in het verkoopproces gaan u het gemakkelijkst af? ☐
- Is er een fase die u moeilijker vindt om aan te pakken? ☐
- Hoe bereidt u uw afspraken met klanten voor? Waar baseert u zich op? ☐

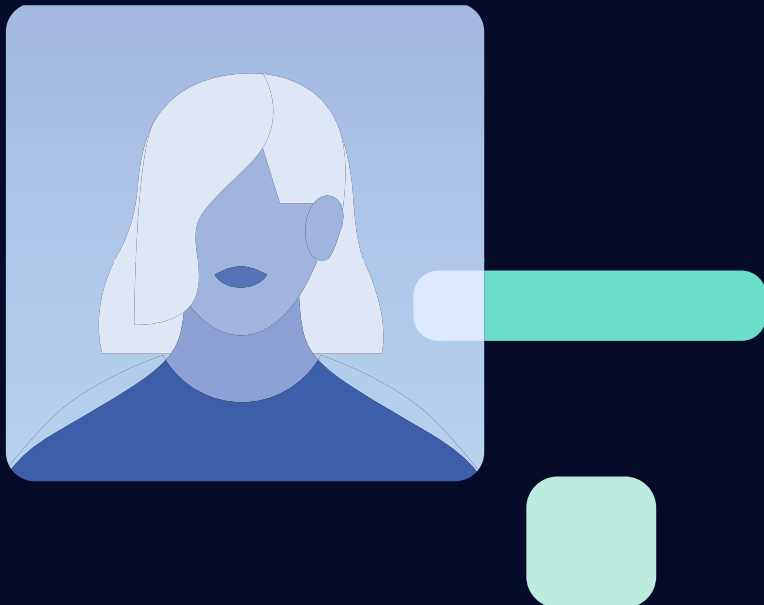
Uw ideale verkoopomgeving

Doel: de voorwaarden voor het succes van de kandidaat identificeren

- Welk type verkoopcyclus motiveert u het meest: snel, relationeel, strategisch? ☐
- Hoe reageert u op veeleisende gesprekspartners of onstabiele situaties? ☐

STEP 03

Succesvolle integratie: de sleutel tot prestaties



03. Succesvolle integratie: de sleutel tot prestaties

Het werven van de juiste verkoper is slechts de eerste stap. Om deze werving tot een duurzaam succes te maken, speelt integratie een doorslaggevende rol. **Een effectieve onboarding heeft de macht niet om te worden gestandaardiseerd:** deze moet worden aangepast aan het profiel van de verkoper die u hebt geselecteerd. De verwachtingen, begeleidingsbehoeften en motivatiefactoren verschillen naargelang het gaat om een jager, een kweker, een expert of een onderhandelaar.

Een goed ontworpen onboarding zorgt voor een betere afstemming tussen:

- het gekozen profiel (Hunter, farmer, expert of onderhandelaar),
- de verkoopcontext van het bedrijf,
- en de individuele ontwikkelingsgebieden die tijdens de evaluaties zijn geïdentificeerd.

Waarom de integratie personaliseren?

- **Versnel de opmars:** door in te zetten op de reeds aanwezige sterke punten.
- **Het risico op mislukking verminderen:** door te anticiperen op de zwakke punten van de verkoper.
- **Versterk de betrokkenheid:** door te laten zien dat het bedrijf zijn werkstijl erkent en waardeert.
- **Een duurzame relationele overeenkomst creëren:** naast het salaris en de doelstellingen gaat het om het opbouwen van een vertrouwensrelatie en afstemming.

Kortom, een succesvolle integratie is een combinatie van opleiding, begeleiding en opvolging, maar vooral een integratie die is afgestemd op de stijl en behoeften van het aangeworven profiel.

Integratiegids per commercieel profiel (1/2)



De hunter :

Integratieprioriteit: hem snel de sleutels van de markt en het aanbod geven, zodat hij de macht heeft om te beginnen met prospectie.

Begeleiding: coaching op het veld over de belangrijkste boodschappen, training in het gebruik van tools (CRM, digitale prospectie).

Let op: zijn natuurlijke ongeduld. Zorg voor regelmatige follow-up om zijn energie te kanaliseren en zijn motivatie te behouden als de resultaten uitblijven.



De farmer :

Integratieprioriteit: technische onderdompeling (producten, diensten, marktbenchmarks).

Begeleiding: mentorschap door een senior profiel, bevoorrechte toegang tot de technische en marketingteams.

Let op: zijn neiging om te veel op expertise gericht te blijven. Help hem zijn discours te vereenvoudigen om het toegankelijk te maken voor niet-gespecialiseerde gesprekspartners.

Integratiegids per commercieel profiel (2/2)



De kweker :

- **Integratieprioriteit:** grondige kennis van het klantenportfolio en de interne processen (klantenservice, klantopvolging).
- **Begeleiding:** samenwerken bij klantbezoeken, training in het gebruik van klantgegevens om te anticiperen op behoeften.
- **Let op:** voorkom dat hij zich beperkt tot het beheer van het bestaande. Moedig openheid voor nieuwe commerciële kansen aan (upsell, cross-sell).

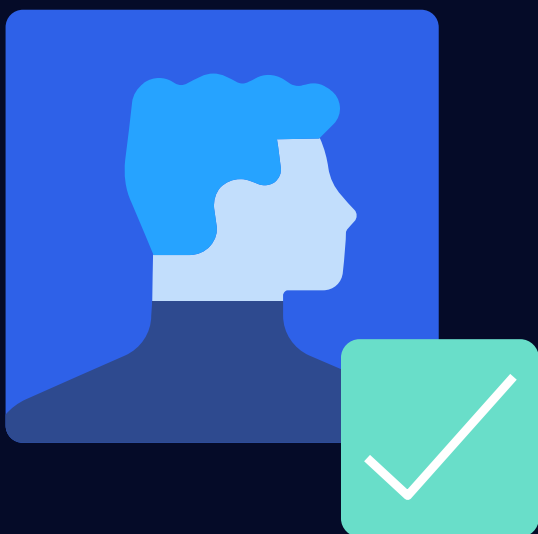


De onderhandelaar :

- **Prioriteit bij integratie:** praktische workshops over onderhandelen en afsluiten (simulaties).
- **Begeleiding:** observatie tijdens strategische afspraken, gedetailleerde feedback na de onderhandelingen.
- **Let op:** zijn neiging om 'alleen te spelen'. Help hem om synergie te creëren met de interne teams (pre-sales, support, marketing).

GETUIGENIS RH

Goede verkopers: een (zeer) zeldzame hulpbron!



Goede verkopers: een (zeer) zeldzame hulpbron!



Inetum, Europees marktleider op het gebied van digitale diensten, heeft 27.000 medewerkers in 19 landen. Gedreven door zijn ambitie om te groeien en schaalvergroting te realiseren, genereerde Inetum in 2024 een omzet van 2,4 miljard euro. Commerciële functies zijn daar van strategisch belang en, zoals **Paul DOUCET**, hoofd recruitment, uitlegt, staat de beoordeling van soft skills centraal bij de werving van commerciële teams.

De werving van commerciële medewerkers is voor u een belangrijke uitdaging...

Absoluut! Omdat de groep volop in beweging is en sterk groeit. Verkoop is de spil van het bedrijf en commerciële talenten zijn schaars vanwege de hevige concurrentie om ze aan te werven. Alle functies in de commerciële lijn zijn cruciaal voor onze organisatie: junior of ervaren verkoopingenieurs, business managers, commercieel directeurs...

Naar welke profielen bent u op zoek binnen de groep?

De cultuur van de groep, die voortvloeit

uit het feit dat we zowel een wendbaar bedrijf als een grote internationale groep zijn, zorgt voor veel nabijheid, vrijheid, reactievermogen en innovatie in onze werkwijzen. We zijn dus op zoek naar kandidaten met een positieve instelling, die ondernemend, pragmatisch, reactief en open zijn, zich snel kunnen aanpassen en die we aantrekken met de zeer concrete belofte van echte autonomie en snelle carrièremogelijkheden. Zo creëren we loopbaantrajecten die iedereen de macht geeft om zijn eigen pad te creëren, ongeacht zijn functie van opdracht tot opdracht, en afhankelijk van zijn technologische of sectorale voorkeuren.

Welke soft skills zijn voor u het belangrijkst?

Soft skills zijn echt essentieel in een commerciële functie, en daarom gebruiken we nu ook vragenlijsten over gedragstendensen bij al onze wervingen van commerciële medewerkers. Voor ons is intellectuele flexibiliteit bijvoorbeeld een belangrijke vaardigheid, net als het vermogen om grenzen te verleggen, maar ook klantgerichtheid, servicegerichtheid en het vermogen om de behoeften van de klant te begrijpen om daar beter op in te spelen.

Hoe gebruikt u de rekruterings tests vandaag?

We hebben lange tijd tests op ad-hocbasis gebruikt, vooral wanneer we twijfels hadden over een kandidaat, om het belang ervan te verduidelijken. Vandaag de dag hebben we het gebruik van PerformanSe-tests, met name Perf'Co, in het kader van een HR-gesprek algemeen ingevoerd. Ze stellen ons in staat om de commerciële vaardigheden en de sociale vaardigheden van kandidaten te beoordelen, zodat we ons selectieproces objectiever kunnen maken

en een echte hulp bij de besluitvorming kunnen zijn. Door de verwachtingen op basis van een reeks sleutelcompetenties te modelleren, hebben we de aanpak binnen de Groep geharmoniseerd en kunnen we er zo voor zorgen dat alle geselecteerde kandidaten over een duidelijk gedeelde basis aan soft skills beschikken.

Welke soft skills zijn voor u het belangrijkst?

Over het algemeen veranderen de testresultaten weinig aan de indruk die we na een sollicitatiegesprek van een kandidaat hebben, maar ze helpen ons wel om ons beeld van de kandidaat te verduidelijken. Ze bieden dus de mogelijkheid tot een open en constructieve dialoog met de kandidaat. Wat de managers betreft, stellen de resultaten ons in staat om de aandachtspunten en verbeterpunten van de geselecteerde kandidaten beter te definiëren, te beargumenteren en te communiceren, om hun integratie te vergemakkelijken. Ze helpen ons ook om hen talenten aan te bieden die anders zijn dan ze gewend zijn... met name voor de meest junior profielen of profielen die niet uit de IT-sector komen!

***« Soft skills zijn echt essentieel in een commerciële functie,
en daarom gebruiken we nu ook vragenlijsten over
gedragstendensen ter ondersteuning van al onze wervingen
van commerciële medewerkers »***

Paul DOUCET,
Hoofd werving

inetum.
positive digital flow

Conclusie :

| Inzetten op mensen om de commerciële prestaties te verbeteren

In een omgeving waarin markten snel veranderen en de verwachtingen van klanten steeds complexer worden, blijft de verkoopafdeling een van de meest strategische pijlers van het bedrijf. Het werven van de juiste verkoper beperkt zich niet tot het vinden van een bekwame verkoper: het gaat om het identificeren van een profiel dat zich in uw context zal ontplooien, duurzame relaties met uw klanten zal opbouwen en actief zal bijdragen aan uw groei.

Door uw behoeften duidelijk te definiëren, de analyse van het type verkoop, het klantprofiel en de stijl van de verkoper te combineren en vervolgens zowel de technische vaardigheden als de soft skills te beoordelen, geeft u uzelf alle kansen om een weloverwogen keuze te maken. De combinatie van verschillende methoden – gestructureerde gesprekken, praktijksituaties, psychometrische tests en zelfs Assessment Centers – versterkt de betrouwbaarheid van uw beslissingen nog verder.

Maar rekrutering is slechts een eerste stap. Voortdurende ontwikkeling van vaardigheden, begeleiding in de praktijk en regelmatige opvolging zijn essentieel om de motivatie en prestaties op lange termijn te behouden.

Door de mens centraal te stellen in uw commerciële strategie en te vertrouwen op betrouwbare evaluatie-instrumenten zoals BOOST, maakt u van rekrutering een echte hefboom voor succes op lange termijn. Want uiteindelijk is een goede verkoper niet alleen iemand die verkopen sluit... het is iemand die vertrouwen opbouwt, loyaliteit inspireert en de waarde van uw bedrijf vergroot.

Wilt u BOOST testen?

DEMO AANVRAGEN

Un Smartphone ?



