

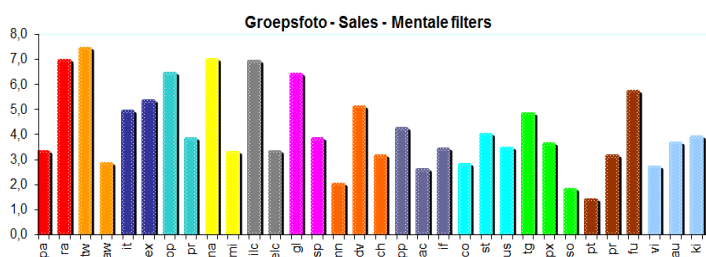
Hoe meet en vergroot je de effectiviteit van je communicatie?

Effectief onderhandelen met inkopers

Attitude & Behavior profiling zetten wij ook al jaren in om de **effectiviteit** te meten waarmee mensen met elkaar communiceren (onderhandelen, presenteren, adviseren, ...).

Met behulp van een specifieke methodiek (met meer dan 15 jaar onderzoek) wordt computergestuurd en online de attitudes en de competenties die in een bepaalde context worden ingezet in kaart gebracht. Deze meting van +/- 30 min. geeft benevens de vernoemde beeldvorming ook concrete indicaties over hoe een persoon haar houding en vermogens in die desbetreffende context verder kan ontwikkelen. Dit 'Attitude & Behavior profiling' instrument staat aldus voor diagnose en ontwikkeling.

Een wereldleider in de productie van bouwmaterialen stelt vast dat haar B2B markt zich opmerkelijk professionaliseert. Waar verkopers vroeger meer met operationele inkopers omgingen, krijgen zij in toenemende mate meer met professionele inkopers te maken. Het verkoop-inkoop spel wordt in deze competitieve markt met andere woorden 'harder' gespeeld. Verkopers merken dat de wijze waarop zij de relatie pleegden op te bouwen, thans niet meer werkt. Integendeel, de relatie die ze tot hier toe opbouwden, blijkt hen nu stukken van hun 'winstmarge' te kosten. Deze gewijzigde marktsituatie vraagt nieuwe attitudes en beliefs.



We modelleerden aan de hand van de 'Attitude & Behavior profiling' (de computergestuurde versie) 5 professionele inkopers op hun attitudepatronen en competenties in de context van 'lastige onderhandelingen met verkopers'. We brachten datgene wat ze belangrijk vinden alsook de strategieën die ze hiertoe hanteren in kaart.

Ook de verkopers werden voor deze context met hun attitudes en denkpatronen in beeld gebracht. Vervolgens onderzochten we voor hen de vraag: *'Hoe verschillend onderhandelen om succesvol te zijn?'*

De conclusies van deze studie waren voor velen een openbaring, zijnde: **het nieuwe kader dwong nieuwe spelregels en attitudes af**

- Voor velen was het een openbaring om te ontdekken hoe de vertrouwensrelatie door inkoper en verkoper verschillend wordt gedefinieerd;
- De 'intimacy' overtuiging en strategie van de verkoper bleek door de inkoper te worden gehanteerd om zijn 'extra mile' strategie binnen te halen;
- De voorbereidingen op de onderhandelingen bleken onvoldoende en moesten totaal worden herbekeken;
- Nieuwe verkoopvaardigheden en een verschillende invulling van de klantgerichte attitude bleken hoogst nodig.

Wenst u meer informatie en toelichting over deze studies en vaststellingen ?
Neem dan gewoon contact met ons. We delen ze graag met u.