

COMPLEET COMMERCIEEL

Pas
verschenen
boek

Antoon Bulcke

Geïnspireerd verkopen

Compleet commercieel heeft het in de eerste bladzijden over het overlijden van *de voyageur*, genoegzaam bekend als de vertegenwoordiger of handelsreiziger. Door de jaren heen is verkopen in die mate veranderd dat enkel nog slimme verkopers het halen van de goedlachse sympathieke socializers.

Ooit was Integrale Kwaliteitszorg (IKZ) iets waar alle ondernemers de mond vol van hadden. Intussen zit het waken over kwaliteit ingebakken in het DNA van de meeste bedrijven. In die tijd startte Antoon Bulcke met het invoeren van Integrale VerkoopZorg in tal van ondernemingen. Concreet komt het er op neer dat de hele organisatie een commerciële spirit uitstraalt. Dat is duidelijk niet enkel de opdracht van de verkoopafdeling. Iedereen binnen de organisatiestructuur hoort op zijn of haar manier verkoopmatig verder te denken dan de eigen neus lang is. Een techneut met wat commerciële flair is een zegen voor een verkoopteam, hij moet alleen op de juiste manier ingezet worden.

Binnen de sales gaat men voluit voor een gestructureerde aanpak. Veelal vangt die aan bij de rekrutering. Het (aan)werven en screenen van commerciële medewerkers is een vak apart. Tests vertellen veel, maar ook niet alles. Verkopen is vaak een tweede natuur; met mensen die ze bezitten heb je een ernstige lengte voorsprong. Op vandaag volstaat het niet alleen om commerciële feeling te hebben. Bedrijven hebben nood aan *brains*; medewerkers die meedenken hoe vanuit alle departementen van een onderneming het verkopen positief aangestuurd kan worden. Sales is ook en vooral veldwerk, opgebouwd uit zes uiterst concreet omschreven stappen in het verkoopproces, van het prospecteren tot het hard maken van de deal. Van daaruit adequaat rapporteren en opvolgen van resultaten en er op een juiste manier op anticiperen maakt het verschil tussen verkopers en topverkopers. Boordtabellen zijn niet langer schrikaanjagende documenten, maar werkinstrumenten voor strategische analyse. Een doordachte coaching vanuit salesmanagement houdt de commerciëlen betrokken en alert. Aandacht voor een luchtige en warme teamgeest maakt dat het heerlijk – maar toch volop resultaatgericht – werken is. In veel ondernemingen heeft men het gevoel commercieel uitstekend bezig te zijn: op routine blijft men resultaten boeken. Wanneer men de manier van werken aan een grondige analyse onderwerpt, wordt echter duidelijk dat veel kan bijgestuurd worden om de effectiviteit te verhogen.

Zonder onderscheid van jobomschrijving zet Integrale VerkoopZorg iedereen een commercieel petje op: van de leden van de raad van bestuur tot de productiemedewerkers. De auteur paste het concept meer dan drie decennia lang met succes toe in zeer uiteenlopende bedrijven en branches. Zijn ervaring geeft hij mee in het boek. *Compleet commercieel* reikt ideeën aan om sales doelgericht te optimaliseren. Inzichten die aanzetten tot denken: veelal totaal anders en altijd weer zeer concreet.

Drie cursiefjes *Dwars geschreven* duiken plots in het boek op. De soms ironische, maar bovenal speelse toon ervan moet de inhoud van het verhaal op een subtiele manier kracht bijzetten.



De auteur

Antoon Bulcke studeerde Politieke en Sociale Wetenschappen en Organisatiepsychologie aan de KUL. Hij begeleidt reeds meer dan 35 jaar bedrijven in verkoopmanagement. Zijn kennis en ervaring combineert hij met doeltreffende en vlot inzetbare technieken.

www.antoonbulcke.be



Praktische info

Formaat:	137 x 189 mm
Cover:	softcover
Volume:	120 pagina's
ISBN:	9789492515360
Prijs:	24,95 euro
Bestellen:	via www.antoonbulcke.be verkrijgbaar in de boekhandel en bij bol.com
Uitgever:	Bibliodroom www.bibliodroom.be

Quotes

- /// Een salesman die op vandaag 100000 km per jaar aflegt is een reiziger.
- /// Permanente productopleiding is een noodzaak binnen een verkoopgerichte organisatie.
- /// Samen met *de voyageur* werd zwijgzaam ook de trouwe, goedlachse, uit traditie kopende klant, ten grave gedragen.
- /// De echte topverkopers die ik tot nu toe in mijn carrière ontmoet heb, kunnen samen binnen in een klein dorpscafé.
- /// Als ik een vraag krijg om verkoopmedewerkers te rekruteren via headhunting, ga ik daar categoriek niet op in.
- /// Topverkopers verschuilen zich niet achter de conjunctuurbarometer.
- /// Met centen alleen kan je niet groeien, met salespower daarentegen wel.
- /// Spanco sluit het houden van BlablaBoemboem-bijeenkomsten helemaal uit.
- /// Zakelijk succes staat of valt in veel gevallen met het DNA van de ondernemer, ja zelfs van de ondernemersfamilie.
- /// Een goede salesman of -vrouw is gevoelig voor centen en laat dit ook assertief blijken.
- /// Bij het behalen van het budget mag best wel een champagnekurk knallen.

Compleet commercieel live

Voor ondernemersorganisaties, hogescholen, bedrijven, socio-culturele verenigingen, serviceclubs of economische cellen uit de publieke sector gaat de auteur spreken rond de inhoud van het boek. De lezing kan aangepast worden aan de doelgroep en aan de beschikbare tijd. Het concept Integrale VerkoopZorg wordt er aan de hand van praktijkvoorbeelden uiteengezet.

Persexemplaar

Permensen die een recensie-exemplaar wensen kunnen dit aanvragen bij de auteur of de uitgever.

Contact

Antoon Bulcke - auteur
info@antoonbulcke.be
051/221792

Johan Vergote - uitgever
johan@bibliodroom.be
0475/485078



Inhoud

5 | ❁ 35 jaar dienaar van de KMO

9 | ❁ Verkopen mee met de tijd

- 10 | ❖ Minder mobiel en meer efficiënt
- 12 | ❖ Complexe tijden
- 14 | ❖ Fenomenaal mondiaal

17 | ❁ Verkoopgericht ondernemen

- 18 | ❖ 'n Klein beetje of op en top commercieel?
- 20 | ❖ Verkoopcultuur
- 21 | ❖ Tools!
- 23 | ❖ Salescoaching: altijd broodnodig
- 23 | ❖ De salesmanager is de competentste van de klas
- 24 | ❖ Salestalent ont(k)leed
- 25 | ❖ Op het gevoel

28 | ❁ Dwars geschreven:

Le culot Hollandais

- 30 | ❖ Profiel
- 31 | ❖ Brains. Of mag het ietsje meer zijn?
- 32 | ❖ Jonge veulens als wapen voor de toekomst
- 32 | ❖ Direct search: de mythe op KMO-niveau
- 33 | ❖ Van een ezel kun je geen koerspaard maken
- 34 | ❖ De baronnen van de verkoop
- 34 | ❖ Geen toevalstreffers

37 | ❁ Je hebt niet alles in de hand

- 38 | ❖ Hoe uniek ben je?
- 39 | ❖ Speelbal van het beleid
- 40 | ❖ Je uitvalsbasis

43 | ❁ Dwars geschreven:

Geen enkele politicus verkocht ooit een garnaal

47 | ❁ Spanco als houvast

- 48 | ❖ Spanco
- 55 | ❖ Effectiviteit als troef
- 56 | ❖ Spanco-strategie
- 58 | ❖ Als verkopen een spel wordt

61 | ❁ Bedrijfscultuur

- 62 | ❖ Deel van een groter geheel
- 63 | ❖ Integrale VerkoopZorg als bedrijfscultuur
- 64 | ❖ Mens - strategie - dynamiek
- 66 | ❖ Employer branding

68 | ❁ Wie ben je als ondernemer?

- 70 | ❖ Commerciële feeling aan de top
- 71 | ❖ Sales Research and development
- 72 | ❖ Charisma
- 72 | ❖ Voetjes op de grond

75 | ❁ Het huwelijk tussen sales en bedrijf

- 76 | ❖ De perfect omschreven job
- 78 | ❖ Structuur is het toverwoord
- 80 | ❖ Stuurfouten: managementstijlconflicten

85 | ❁ Communicatie

- 86 | ❖ Efficiënt functioneel overleg
- 88 | ❖ Het belang van voor en na
- 90 | ❖ Taal als medium, niet als wapen

92 | ❁ Groei- en krimppijnen

- 94 | ❖ Oorzaken
- 98 | ❖ Koopkracht

101 | ❁ Coaching: de basis

- 102 | ❖ Opleiding
- 104 | ❖ Voorbereiding en uitvoering
- 106 | ❖ Opvolging

112 | ❁ Dwars geschreven:

De onsterfelijke verkoper