

Goed verkopen is het gelukzalige gevoel van 'bloed in de bek'

Actavant traint verkopers 'te houden van de klant' en te zorgen dat deze blijft

Van onze redacteur Amsterdam.

Het succes van groeibedrijven is voor een belangrijk deel toe te schrijven aan het vinden van de juiste mensen. Dat bleek gisteren bij de uitreiking van de FD Gazellen Noord-Holland, in het Tropenmuseum in Amsterdam.

Bij Actavant New Customers, een bureau dat verkooptrainingen aanbiedt, weten ze daar alles van. Verkopen houdt nooit op. Bij laagconjunctuur is het hard nodig; bij hoogconjunctuur kan het altijd beter. Aan deze wijsheid weet Actavant een mooie draai te geven.

Met hun 'resultaatbureau' gaat voor Just Jongeleen (46) en Luuc Elzinga (32) een droom in vervulling. 'Een onderneming uit de grond trekken, onze passie voor verkoop overdragen, het koppelen van databases, mensen opsporen — acquisitie uit het hart.'

Wat doet het bureau precies? Actavant (omzet €10 mln, 21 medewerkers) helpt partners bij het acquireren van klanten.

Jongeleen: 'Dit doen we door delen van het commerciële proces tijdelijk over te nemen, intensief te begeleiden en verbeterd terug te geven.'

Hun geheime wapen? Opdrachtgevers aansteken met een blijvende acquisitiekoorts. 'Wij leveren prospects aan en zorgen voor afspraken. Vervolgens stellen we alles in het werk om de prospect tot klant te helpen maken. Dat betekent vaak intensieve training, supervisie en coaching van de mensen die het straks zelf moeten doen. Ook het management en directie ontkomen hier niet aan.'

Deze aanpak leidt tot tevredenheid bij de partners. 'Actavant heeft ons echt aan het werk gekregen', zegt een zakelijk dienstverlener die anoniem wil blijven. 'De acquisitie is bij ons echt naar een hoger plan getild', beaamt een ander.

Zaken doen met dit bureau vraagt betrokkenheid en motivatie. Elzinga: 'Wij stellen alles



Luuc Elzinga (l) en Just Jongeleen, partners bij Actavant
Foto: Roger Dohmen

ter discussie wat het resultaat van onze partners remt. Dat betekent kritisch zijn en soms maatregelen nemen die niet goed vallen. Het resultaat voor onze partner staat centraal. Alles is erop gericht om volgende commerciële mijlpalen op eigen kracht te bereiken.'

Hoe groter het ego van de verkoper, des te moeilijker het volgens Jongeleen is om resultaat te boeken. 'Een goede verkoper is altijd bereid om zijn ego tijdelijk ondergeschikt te maken aan het resultaat.' Hij benadrukt dat verkoop geen magie is, maar alles te maken heeft met energie en toewijding. 'Door de klant afgewezen worden doet pijn. Je voelt je als iemand die loopt te leuren. Onze inzet is: verkoopmedewerkers over drempels helpen en ze daarna het gelukzalige gevoel geven van bloed in de bek. Je moet van je klant houden. En zorgen dat hij bij je blijft.'

Het bureau realiseerde in de periode 2006-2009 een groeifactor van een kleine 600%.



Jongeleen weet zich tot zijn ongenoegen concurrentieloos. 'We komen langs op uitnodiging en hebben de klanten voor het uitzoeken. We kunnen er maar een paar tegelijk bedienen. Enige concurrentie zou goed zijn.'

Actavant wordt betaald om partijen op scherp te zetten. Een gevaarlijk businessmodel, volgens Jongeleen. 'Wij moeten ons eerst bewijzen maar komen meteen met kritiek op de organisatie van de klant: een processtap die hapert of een falende verkoopmanager.'

Uitdagend, vindt Elzinga. 'Zonder wrijving geen acquisitieglans.' Het aantal eigen medewerkers van het bureau volgt de orderportefeuille. Na een grote klus, ging Actavant terug van 89 naar 21 medewerkers. Voor een nieuwe opdracht zijn vijftig nieuwe professionals nodig. 'We willen gepassioneerde mensen die bereid zijn op hun tenen te lopen', zegt Jongeleen.