



Verkopen versus kopen

We drinken een glas, doen een plas en alles blijft zoals het was. Uiteindelijk verandert er niet zoveel in de fotografie. Behalve de techniek uiteraard, maar als je geen klanten hebt, dan is de nieuwe techniek ook niet te betalen. Ik maak deze column nu een jaar of drie en als ik me onderdompel in de Nederlandse fotografie dan hoor ik nog steeds fotografen tegen elkaar zeuren, vecht het ene fotoclubje nog steeds tegen het andere fotoclubje, mekkeren fotografen in een fotoclubje nog steeds tegen het bestuur en vinden fotografen het nog steeds nodig om zeikmail te sturen naar me als ik over de fotografie loop te zeiken. Wanneer gaat de Nederlandse kiekjesmaker zich nu eens druk maken om waar het werkelijk omgaat? DE KLANT! In deze column heb ik het regelmatig over hoe u uw geld kunt verdienen met uw mooie werk door meer aandacht te schenken aan uw verkoop. Begin dit jaar zijn er een stuk of twintig helden geweest die een training bij me hebben gevolgd. De rest?

Ik zie ze niet. Soms vraag ik wel eens aan een fotograaf of hij een leuk inkomen zou willen verdienen met zijn fotografie? Het antwoord is altijd: "Natuurlijk, zeker weten, maar er belt of mailt nooit iemand." De meesten maken zich druk of ze wel het juiste certificaatje halen en doen hun best om elkaar zo goed mogelijk na te apen, zonder dat er ook maar bij één knopjesdrukker een lampje gaat branden of de klant het wel leuk vindt wat je na-aapt. We apen na wat we zelf mooi vinden.

Als u dan geen energie wil steken in het leren verkopen, steek dan in ieder geval energie in het kopen, in het kopen van uw klant. Welke klant of klanten wil u hebben. Voor welke mensen en/of bedrijven wilt u graag aan de slag? En wat zou de reden zijn van die mensen om u in te huren, om bij u te kopen? Weet u dat? Hebt u een idee of dat onderbouwd is? Als ik dat aan de mensen vraag, zeggen ze uiteraard: "Ja, dat weet ik." Wedden van niet? Als u zou weten waarom uw

klant zou kopen, dan zou u niet meer van uw klanten te horen krijgen:

"Kunt u een offerte maken", "U bent te duur" of "We zijn tevreden met onze huidige fotograaf". Bovendien wordt u door veel van uw prospects niet teruggebeld. Als u zou weten wat uw klanten willen, dan hoeft u geen offerte te maken en bent u zeker niet te duur. Bovendien hoeft u er geen parttime job bij te hebben en krijg ik van fotografen niet meer te horen dat de markt slap is. Een ander voordeel is dat u niemand hoeft na te apen in uw fotoclubje. Iedereen wil dan u na-apen.

U leest het goed. Het heeft een aantal voordelen om te weten waarom de klant, die u zou willen hebben, bij u koopt.

Als u dus niet wilt leren hoe u uw prachtige werk kunt verkopen, ga dan aan de slag en bel een aantal van uw klanten en prospects en vraag wat u moet doen om ze te laten kopen.

www.salesgoeroe.nl

