

## Verslag van tengeltraining van Rob Smits – 16 januari 2018 door Joke Koelemeijer

Vanaf half zeven was de binnenkomst met koffie en door Ria Hotting gebakken courgettebrood en boterkoek. Aanwezig waren ongeveer twintig deelnemers aan de training en om precies 19 uur ging Rob van start met zijn algemene inleiding. We deden even een rondje 'wie ben ik – wat doe ik – wat verwacht ik vanavond te leren'.

Sommigen dachten hier een lezing te krijgen, maar dat bleek niet zo te zijn. Af en toe moest er ook door de aanwezigen zelf wat worden gedaan.

Met diverse Powerpoint-beelden werden door Rob een aantal zaken onder de loep genomen. Belangrijk om te onderzoeken is:

**Markt** – welke doelgroep – matcht met je product; je moet je afvragen welke *waardepromissie* je werk heeft, waarom klant graag je object zou willen kopen. Hierbij kun je je werk indelen in vier vakjes: Cash cows – makkelijk te verkopen producten, Stars – specifieke objecten, beste kwaliteit, mooiste kunstwerken, Dogs – producten die je niet meer wilt maken; Questionmarks – dit zijn je uitprobeersels. Voor de Stars kun je relatief iets meer vragen dan voor de Cash cows. Wat de Dogs betreft moet je duidelijk voor jezelf zijn: als je werk wilt verkopen, moet je dingen maken die verkoopbaar zijn en afscheid nemen van werk dat mensen niet kopen.

De aanwezigen werd gevraagd een aantal dingen voor zichzelf te kiezen door in een vak te gaan staan: ben je kunstenaar of gewoon creatief? Ondernemer of niet? En ben je redder, held of gelukzoeker? Dit laatste werd geïllustreerd met een verhaal uit een redding van een vissersbootbemanning in IJmuiden. Kapitein was redder, 1<sup>e</sup> stuurman de held en 2<sup>e</sup> stuurman de gelukzoeker.

Kunstenaar of ondernemer? Van Gedrag naar Resultaat naar Acceptatie (van de **Klanten**) (Driehoek met op de basis gedrag en resultaat – redder-lijn – en in de top acceptatie – held lijn; gelukzoeker zit op de lijn tussen gedrag en acceptatie)

Wat je gedrag betreft moet je goed en onderscheidend zijn. Je moet je altijd op de lijn tussen gedrag en resultaat begeven. De hele route van gedrag naar acceptatie gaat via de juiste podia (vraag jezelf af of je op de juiste markt staat!) Je moet goed zichtbaar zijn voor het publiek. Maar je moet ook weten wie je publiek is anders kun je niet op de juiste plek aanwezig zijn.

Zichtbaarheid – beelden (plaatjes) zeggen meer dan praatjes! Niet alleen je werk, maar ook je persoon moet je zichtbaar maken in de benadering naar mensen toe. Beide moet je afstemmen op je publiek.

De eerste minuut is cruciaal, de eerste uitstraling is belangrijk. Je moet duidelijk laten zien dat jij de kunstenaar bent! Tips: ga staan, kijk mensen aan, evt. een stap naar voren doen; ding dong bing bang goedendag- niet te hoge stem!

Kleding moet passen bij jou en de omgeving, niet afleidend, zoek een goede balans.

Kleurkeuze is ook belangrijk: bv. geen mantelpakje; gedekte kleuren zijn beter Blauw, zwart, donker groen zijn rustig; frutseltjes geven onrust. Je werk moet in het zicht komen!

Ja – gevoel\_vragen stellen; hoe meer vragen met ja – antwoorden, des te beter gevoel de klant krijgt.

Klant **ontevredenheid** onderzoek:

- gebrek aan aandacht
- gebrek aan initiatief ( bied klant iets aan vb. kaartje, koffie, koekje o.i.d.)
- afspraak niet nakomen
- niet deskundig behandeld worden
- klachten niet goed oplossen
- niet meedenken (v.b. Heeft u al vaker kunstwerk gekocht? Waar gaat u het hangen?)
- prijs

Aandacht verdelen- je uitgangspunt is de Mens.

- wees vriendelijk en duidelijk; maak je wens duidelijk op mensgerichte manier
- straal warmte en autoriteit uit
- heb respect en hanteer je regels

Kwaliteitsbeleving verbetert naarmate verwachtingen in hoge mate worden overtroffen.

Denk aan het verhaal van de wasmachine die wordt thuis bezorgd door de winkel.

Positieve sfeer is heel belangrijk! Vraag wat klant nodig heeft. Behoeftes uitvragen – denk aan voorbeeld van het boortje van 9 mm.

### **Tips:**

Jos Burgers – YouTube filmpjes over klantbenadering

- let maar niet op de Rommel! (Rommelig werkt niet)
  - (je verhaal aan) je vrouw uitbesteden (als die er beter in is)
  - lever niet wat de klant vraagt (9 mm boortje)
  - gewoon gewone taal (geen vakjargon)
  - praatjes vullen geen gaatjes; plaatjes wel – beperkte tekst, mensen kijken en voelen
  - liever geen keus (zorg voor een goede selectie, te veel prikkels helpt niet in keuze maken; selectie maken op bv. prijsklasse, techniek; toon enkele werken, je moet niet te veel laten zien)
  - spreken is maar zilver (laat klant spreken en stel vragen waar ja-antwoord op komt; veel ja-tjes werkt positief!)
  - kiezen om gekozen te worden (denk hierbij aan het weiland met de koeien en de poep!
- Zoek een niche, die kan misschien wel een Star worden!!!

### **Mijn Conclusie:**

Wees zelfverzekerd (geen armen over elkaar – denk even aan de houding met handen achter je hoofd, benen iets uit elkaar), ontvang de mensen staand, kijk mensen aan. Zorg dat er geen rommel is, laat niet te veel werken zien, je kunt altijd tegen de klant zeggen, denkt u er nog eens over en komt u gerust nog eens terug! Luister naar de wensen van de klant, stel vragen waarop het ja – antwoord komt. Gebruik gewone taal als je over bepaalde technieken praat. Lever maatwerk, wees betrouwbaar en lever service én kom je afspraken op tijd na.

Gooi werk dat niet verkoopt eruit en zoek naar iets anders.

Rond tien uur werd de bijeenkomst afgesloten en Rob werd met een applaus bedankt voor zijn training.