



tekst: PEPJUNDIOS foto: HET GROEICOLLEGE

André Hagelen (Het Groeicollege) leert ondernemers om klantenbestand te verbeteren

# Ideale klant vinden met hulp van sales-playbook

Bij een gemiddeld bedrijf bestaat het klantenbestand voor maar liefst 70 procent uit klanten die niet goed bij het bedrijf passen. Deze klanten vergen veel tijd terwijl ze weinig opleveren. Zonde, vindt André Hagelen, ondernemer en docent aan Het Groeicollege.

Ruim dertig jaar geleden zette Hagelen zijn eerste bedrijf op. In de loop der jaren heeft hij meerdere bedrijven van de grond af opgebouwd en daarmee veel kennis en ervaring opgedaan op het gebied van sales. Hij deelt zijn inzichten als spreker op congressen en seminars en nu dus ook tijdens Het Groeicollege, een initiatief van het Erasmus Centre for Entrepreneurship (ECE), nlgroeit en De Ondernemer. Daar vertelt hij hoe een sales-playbook helpt bij het vinden van de ideale klant.

## Vinden en binden

Onder sales verstaat Hagelen het gehele commerciële proces om de juiste klanten te vinden en te verbinden. „Ik heb gemerkt dat bij veel bedrijven maar weinig is vastgelegd over het salesproces. Zelfs op fundamentele vragen, zoals ‘welke toegevoegde waarde levert ons bedrijf precies?’, ‘waar zijn we goed en minder goed in?’ en ‘welke klant zou eigenlijk het beste bij ons passen?’, hebben de meeste

bedrijven geen passend antwoord.” Indien je de antwoorden op dit soort vragen bundelt in één centraal document (het zogenaamde sales-playbook) kun je vele malen efficiënter werken, claimt Hagelen.

## Sales-playbook

„Naast het antwoord op de meest fundamentele vragen, worden in een sales-playbook ook de kennis en vaardigheden

## ‘Passende klanten leveren veel groei in sales op’

op het gebied van sales van medewerkers samengebracht. Uiteraard is het zaak dat het document actief gedeeld wordt binnen je organisatie zodat iedereen bekend is met de grondbeginselen van je bedrijf. Zo biedt het bestaande medewerkers houvast en geef je nieuwe medewerkers iets in handen waarin de

kern van het bedrijf en het commerciële proces is vastgelegd.” Waarom is het vastleggen van deze informatie nou zo belangrijk? „Je moet deze stappen zetten, als je je klantenbestand kritisch wilt bekijken. Als je de verhouding in je klantenbestand van tussen de 30 procent passende klanten en 70 procent niet-passende klanten, kunt veranderen ten faveure van de passende klanten, levert je dat veel groei op. Door veel tijd te besteden aan klanten die weinig opleveren, houden ondernemers namelijk maar weinig tijd over voor klanten die wél goed bij hen passen. Het is niet voor niets dat het sales-playbook momenteel enorm in opkomst is en door bijna alle snel groeiende bedrijven wordt ingezet om structuur te geven aan het commerciële proces.”



Leer meer over het sales-playbook en maak een persoonlijk groeiplan tijdens Het Groeicollege. De college-reeks start op 14 oktober, dus meld je snel aan op [hetgroeicollege.nl](http://hetgroeicollege.nl)

GROEICOLLEGE



START  
14 OKTOBER  
slechts  
100 plaatsen  
beschikbaar

Denk groot.  
Groei door.  
Maak meer impact.

Ontdek het potentieel van jouw bedrijf en werk aan een persoonlijk groeiplan tijdens Het Groeicollege!



Ga naar [hetgroeicollege.nl](http://hetgroeicollege.nl)

Het Groeicollege is een initiatief van



de **ONDERNEMER**

nlgroeit

maakt ondernemers groter

## Recyclen helpt meubelsector



RENÉ KERSTENS - DIRECTEUR COÖPERATIEVE RABOBANK

De meubelindustrie kreeg tijdens de coronacrisis veel last van stagnerende import van grondstoffen. Dit dwong de sector tot extra creativiteit en slimme samenwerkingen, maar was vooral ook een stimulans om meer circulair te gaan produceren.

De meubelsector haalt zijn grondstoffen overal ter wereld vandaan. Toevoer stagneerde door corona. Op zo'n moment merk je pas echt hoe lang de productieketens zijn in de meubelbranche en hoe afhankelijk je dus bent van elkaar. Het heeft de sector echter ook creatiever gemaakt. Door de restricties van corona zijn meubelbedrijven gaan nadenken over hoe ze minder afhankelijk kunnen

worden van toeleveranciers over de hele wereld. Recycling krijgt daarom meer aandacht.

## Tweede leven

Elk jaar verdwijnen er twee miljoen matrassen in de afvalverbranding, maar het verlangen groeit al enige tijd om dit soort materialen nuttig te gaan hergebruiken. Auping laat zien dat matrassen een tweede leven kunnen krijgen en heeft samen met partners het eerste volledig circulaire matras op de markt gebracht. Ook wordt er op andere manieren samengewerkt: zo helpt het circulaire bedrijf Opnieuw! samen met een andere partij om werk te bieden aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Daarmee worden twee vliegen in één klap geslagen, want in de

innoverende meubelsector is momenteel veel personeel nodig. De Nederlandse meubelindustrie richt zich op het hogere segment en dat biedt veel kansen voor productinnovatie. Recycling en werken met lokale materialen sluit goed aan op de groeiende vraag van klanten naar duurzame producten. Samenwerking in de productieketen helpt om deze kansen te verzilveren. Een voorbeeld is het Nederlandse bedrijf CooLoo, dat een duurzame methode heeft ontwikkeld voor het stofferen van meubels. De coatings worden voor bijna 100 procent gemaakt van lokale reststromen. CooLoo slaagde erin zijn businessmodel aan te passen door anders te kijken naar het eigen bedrijf en de sector.

Als bank ondersteunen we actief het circulair ondernemerschap en de allianties die daaruit voortkomen. Innovaties zoals het opknappen van gebruikte meubels zijn niet alleen goed voor het milieu, maar hebben ook impact op hoe meubels worden ontworpen (kun je ze eenvoudig demonteren?) én stimuleren ondernemingen uit de bedrijfsketen tot samenwerking.

Rabobank ondersteunt ketensamenwerking. Meer weten over Sterke Schakels?

Scan de QR-code voor de video. Of kijk op [deondernemer.nl/sterkeschakels](http://deondernemer.nl/sterkeschakels)

