



MERCURI
international

WHITEPAPER

Vermijd “Death by pretty PowerPoint”

4 Cruciale slides om coole verkooppresentaties te maken

4 CRUCIALE SLIDES IN VERKOOPPPRESENTATIES

ORIGINEEL GESCHREVEN DOOR
JEAN-FRANCOIS MESSIER

In de verkoop, zijn er vier goede redenen om slides te gebruiken.

Je verkooppresentatie wordt effectiever met dan zonder slides op voorwaarde dat je ze gebruikt om:

1. iets uit te leggen, m.a.w. dat klanten je begrijpen
2. iets te bewijzen, m.a.w. dat klanten je geloven
3. iets samen te vatten, m.a.w., dat klanten jouw kernboodschappen onthouden
4. iemand te beïnvloeden, m.a.w. dat klanten hun gedachten veranderen of tot een besluit komen.

Anders, als er andere doelen zijn die je probeert te bereiken (om te reageren, discussiëren, presenteren, herformuleren, te informeren, om te voorzien detail, enz.), schakel je best de video projector uit en doe je het zonder digitale ondersteuning! Een verkoopvergadering heeft behoefte aan een evenwicht tussen het digitale en het analoge.

Maak in verkooppresentaties jouw slides op maat, in functie van je doelstelling.

Afhankelijk van de focus die je wil leggen, uitleggen, bewijzen, samenvatten of beïnvloeden; moet je andere hulpmiddelen gebruiken. Verkopers die begrijpen dat slides vol met tekst "not done" is, beginnen dan overal foto' te gebruiken en creëren op die manier ook Death By (pretty) Powerpoint. Een beeld gebruiken wil niet altijd zeggen een foto!

Four categories of slide



1

OM IETS UIT TE LEGGEN

Om iets uit te leggen, maak je gebruik van diagrammen en tekeningen. Hun rol is de klanten binnen enkele seconden in staat te stellen te visualiseren wat de vertegenwoordiger probeert uit te leggen, om gemakkelijker en sneller te laten begrijpen.

2

OM IETS TE BEWIJZEN

Om iets te bewijzen, maken we gebruik van grafieken. Ik zei grafieken, geen tabellen met cijfers. Houd cijfers en tabellen voor de schriftelijke presentatie, omdat slides niet het juiste medium voor een analyse zijn.

Grafieken hebben het voordeel dat ze de klant de kans geven om in minder dan drie seconden het kernpunt uit de cijfers te vatten. Voor zeer opvallende gegevens, waarbij het aantal voor zich spreekt, kan je zeer grote letters gebruiken (150 pixels of meer), zonder een grafiek.

3

OM IETS SAMEN TE VATTEN

Om iets samen te vatten, gebruik je slides met tekst. Pas op voor het aantal ideeën die je aan jouw klant vraagt te onthouden. Het kernpunt van je presentatie is jouw nummer één doel. Indien je klant slechts 1 idee van elke presentatie onthoudt, is dat al een hele prestatie. Ik betwijfel het of een klant, realistisch gezien in een sales meeting, meer dan twee of drie ideeën kan onthouden. Op het voorbeeldplaatje worden er vijf getoond, en eerlijk gezegd dat is veel. In dat geval kan je best één regel tegelijk laten zien, terwijl je geleidelijk aan diegenen die je al getoond hebt, dimt. Op die manier houdt de klant het algemeen overzicht.



4

OM TE BEINVLOEDEN

Om iemand te beïnvloeden maken we gebruik van foto's. Op die manier krijg je toegang tot de emotionele kant van de hersenen, waar keuzes en beslissingen ontstaan.

Conclusie

Door slides aan uw doel aan te passen, voorkomt u gewoon een presentatie vol met foto's, die Phil Waknell "*Death by (Pretty) PowerPoint*" noemde.

Evenwicht in je doelen zorgt op die manier voor visuele evenwichten in goede verkooppresentaties.