



Mercuri International

Waardeverkoop naar naar een hoger niveau

Waarom topverkoopteams financiële basisprincipes
beheersen



Waardeverkoop naar naar een hoger niveau:

Waarom topverkoopteams
financiële basisprincipes
beheersen

Welke oplossing is aantrekkelijker? "Met onze oplossing kunt u tijd besparen" of "Door onze oplossing te implementeren, verlaagt u uw bedrijfskosten met 2 miljoen euro per jaar, verbetert u de EBITDA met 8% en komt er 1,5 miljoen euro aan werkkapitaal vrij." Het antwoord ligt natuurlijk voor de hand. Zou het niet geweldig zijn als verkopers hun waardepropositie konden verrijken met concrete financiële cijfers?

In de huidige hypercompetitieve bedrijfsomgeving draait verkopen niet langer alleen om producten of functies. Klanten worden overspoeld met opties en informatie. Hun beslissingen worden steeds meer bepaald door meetbare resultaten in plaats van technische specificaties. Ze willen weten: wat is de impact van deze investering op mijn bedrijf, mijn nettowinst en mijn vermogen om strategische doelen te bereiken?

Dit is waar value selling om de hoek komt kijken.

Waardeverkoop is de kunst en wetenschap om uw oplossing niet alleen als een product te positioneren, maar als een oplossing die de klant nog succesvoller maakt. In wezen is uw oplossing een meetbare motor voor bedrijfsresultaten. Het gaat erom tastbare voordelen te laten zien op een manier die besluitvormers aanspreekt. Zonder concrete financiële maatstaven blijft "waarde" een abstracte belofte.

Zeggen dat "onze software de efficiëntie zal verbeteren" of "deze dienst u tijd kan besparen" is niet voldoende. Kopers nemen geen beslissingen op basis van vage uitspraken.

Ze reageren op cijfers die ze kunnen vertrouwen, cijfers die kunnen worden toegepast op hun financiële modellen, cijfers die aansluiten bij de manier waarop ze succes meten.

Met andere woorden, verkopers moeten in staat zijn om productmogelijkheden te vertalen naar meetbare financiële impact om de klant tevreden te stellen.

Waarom financiële kennis belangrijk is bij het verkopen van waarde

Om waarde effectief te verkopen, moeten verkoopprofessionals de taal van het bedrijfsleven spreken: finance. Dat betekent niet dat je van de ene op de andere dag accountant moet worden, maar wel dat je moet begrijpen hoe de financiële overzichten van een bedrijf werken en hoe jouw oplossing daar een positieve invloed op kan hebben.

Laten we het eens op een rijtje zetten:

1 Balans

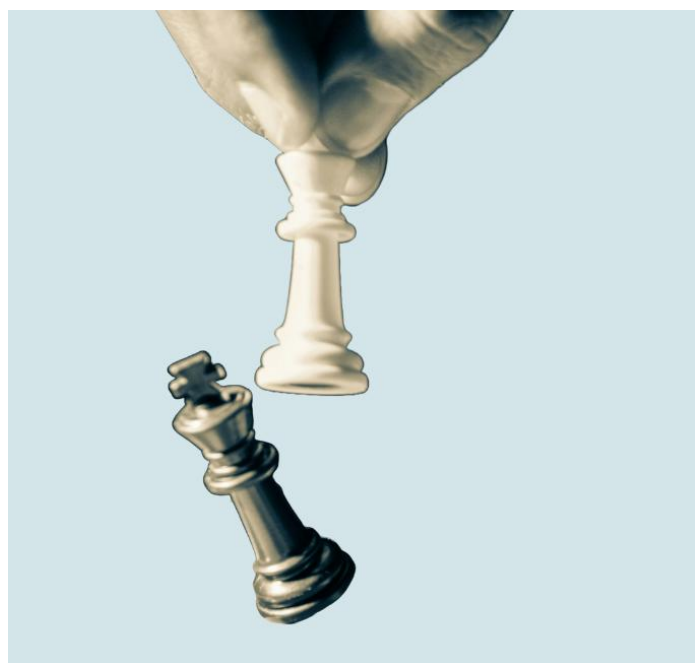
De balans laat een momentopname van de financiële gezondheid van een bedrijf op een bepaald moment zien. Het geeft een overzicht van de activa, passiva en het eigen vermogen. Een verkoper die de balans begrijpt, kan zijn oplossing kaderen in termen van kapitaalefficiëntie, risicobeperking of optimalisatie van activa. Als uw oplossing bijvoorbeeld de voorraadbehoeften vermindert, kunt u aantonen hoe dit werkkapitaal vrijmaakt of de afhankelijkheid van schulden vermindert.

2 Winst- en verliesrekening (P&L)

De winst- en verliesrekening geeft een overzicht van de inkomsten, kosten en winst over een bepaalde periode. Door de winst- en verliesrekening te begrijpen, kan een verkoper de impact van uw oplossing op de omzetgroei of kostenreductie kwantificeren. Als uw software bijvoorbeeld een arbeidsintensief proces stroomlijnt, kunt u precies laten zien hoeveel arbeidskosten worden bespaard en hoe dit zich vertaalt in een verbetering van de EBIT of nettowinst. Cijfers als deze verschuiven het gesprek van 'nice to have' naar 'mission-critical'.

3 Cashflow

Cashflow is de levensader van elk bedrijf. Het toont de bewegingen van geld in en uit de organisatie. Oplossingen die de cashflow verbeteren, vorderingen versnellen of kosten verlagen, kunnen zo worden gepositioneerd dat ze direct aanslaan bij leidinggevenden. U kunt bijvoorbeeld berekenen hoe de implementatie van een oplossing de cashconversiecyclus verkort, waardoor er middelen vrijkomen voor groei-initiatieven of schuldaflossing.



De gap in verkooptraining

Ondanks het belang ervan wordt financiële kennis vaak over het hoofd gezien in verkooptrainingsprogramma's. De meeste organisaties richten zich op productkennis, het omgaan met bezwaren en onderhandelingsvaardigheden. Slechts enkele organisaties rusten hun teams uit om met vertrouwen te kunnen discussiëren over financiële KPI's, balansen, winst- en verliesrekeningen of ROI-berekeningen.

Deze gap heeft aanzienlijke gevolgen. Zonder financiële kennis:

- Houden verkopers moeite om de oplossing te positioneren in termen van tastbare zakelijke impact.
- Blijven gesprekken abstract, waardoor leidinggevend en financiële besluitvormers vaak niet betrokken raken.
- Is de omvang van de deals kleiner, zijn de verkoopcycli langer en concurrenten met financieel onderlegde vertegenwoordigers winnen de klantenkring.

Verkoopteams die zijn getraind in financiële kennis kunnen daarentegen:

- Een duidelijke ROI en totale eigendomskosten (TCO) of zelfs een totale winst op eigendom aantonen.
- Risicobeperking of efficiëntiewinst kwantificeren.
- Zelfverzekerd communiceren met CFO's, CEO's en andere senior executives.

Het gaat erom de juiste tools, kaders en trainingsinitiatieven te bieden, zodat ze:

- Financiële overzichten kunnen interpreteren en kosten, besparingen en ROI kunnen kwantificeren.
- De inzichten uit deze KPI's en overzichten kunnen gebruiken om een financieel gericht verkennend gesprek met de klant te voeren en te begrijpen hoe de klant succes meet.

- Geloofwaardige businesscases bouwen die aanslaan bij leidinggevend en onderscheid u van de concurrentie.

Stappen om de financiële competentie van verkoopteams te verbeteren

Om de kloof te overbruggen, kunnen organisaties een gestructureerde aanpak hanteren:

1 Basistraining

Leer de basisprincipes van balansen, winst- en verliesrekeningen en kasstroomanalyses, evenals de oorzaak-gevolgketens die van invloed zijn op de kritieke KPI's.

2 Toepassen van kennis

Gebruik echte casestudy's om ROI, TCO en terugverdientijden te berekenen.

3 Integratie met verkoopmethodologie

Integreer financiële gesprekken in bestaande value selling-kaders en zorg voor financieel gerichte ontdekkingsvaardigheden en financiële waardeproposities.

4 Voortdurende versterking

Bied voortdurende coaching, workshops en tools voor financiële modellering.



Investeren in training om financiële kennis te garanderen is een strategische hefboom voor groei. Door systematisch financieel inzicht op te bouwen, kunnen organisaties ervoor zorgen dat elke verkoper in staat is om productkenmerken te vertalen naar bedrijfsresultaten op directieniveau.

“Value selling is niet alleen een trend. De meest effectieve verkopers zijn degenen die de cruciale KPI's van de klant begrijpen en de impact van hun oplossing kunnen kwantificeren. Dat betekent dat ze kenmerken kunnen vertalen naar meetbare resultaten en de taal van de financiële wereld spreken.”

Conclusie

Value selling is niet alleen een trend. De meest effectieve verkopers zijn degenen die de cruciale KPI's van de klant begrijpen en de impact van hun oplossing kunnen kwantificeren. Dat betekent dat ze functies moeten vertalen naar meetbare resultaten en de taal van de financiële wereld moeten spreken.

Financiële kennis is de sleutel tot geloofwaardigheid. Cijfers zetten beloften om in bewijzen, functies in resultaten en gesprekken in gesloten deals.

Voor verkoopleiders is de boodschap duidelijk: als u wilt dat uw team meer, sneller en met meer zelfvertrouwen verkoopt, moet u investeren in financiële trainingen. De kosten van niets doen zijn veel hoger: gemiste kansen, langere verkoopcycli en gedeelde inkomsten.

Uiteindelijk is de vraag niet of uw verkoopteam financiële kennis moet opdoen. De vraag is of uw organisatie het zich kan veroorloven om dat niet te doen.



Marcus Redemann
Managementpartner
Mercuri International

A hand is shown from the top, holding a white chess king piece. Below it, a black chess king piece stands on the surface. The background is a solid blue-grey color.

Grow your people
Grow your business



MERCURI
international