



Focus opleiden
intercedent ligt op
commercie

Sales, sales, sales

De crisis is inmiddels doorgedrongen tot in de poriën van de uitzendbranche. Vacatures zijn schaars, de digitale kaartenbak zit vol en inleners maken pas op de plaats. Natuurlijk, binnenkort slaat de vergrijzing toe en wordt de roep om de uitzendkracht weer groot. Maar ja, NU is dat anders, NU moet je alle zeilen bijzetten. Hoe ga je hier als intercedent mee om? Reflex sprak met een opleider, een intercedent en een uitzender.

Thema



Ellen van Hierden van trainingsbureau Trecens: “Verkopen is nu knetterhard werken!”

“Sales, sales, sales. Dat is waar het nu om draait.” Ellen van Hierden, directeur van trainingsbureau Trecens, kent het klappen van de zweep in de uitzendbranche. “Ik merk dat bureaus moeite hebben met het plegen van acquisitie. Ze zijn het een beetje verleerd; klanten waren er toch wel. Maar met het volgen van een training alleen ben je er niet!”

Trecens is gespecialiseerd in het verzorgen van commerciële trainingen. Van Hierden merkt de malaise in de uitzendbranche vrijwel dagelijks, aangezien een groot deel van haar klanten uit uitzendorganisaties bestaat. “Het gaat gewoon slecht. Vestigingen sluiten, contracten van intercedenten worden niet verlengd. Men

probeert te overleven met een minimale bezetting. Wij merken die terugloop ook, want er worden minder trainingen afgenomen.” Toch is ondersteuning aan de intercedent juist nu belangrijk, meent Van Hierden. “Intercedenten zijn vaak heel getalenteerde en intelligente mensen die over veel kwaliteiten beschikken. Toch worden ze wel eens overschat. Men vergeet dat het vaak om jonge mensen zonder rugzak gaat. Hoe intelligent iemand ook is, je moet hem of haar wel begeleiden. Juist nu is het zaak om in hen te investeren.”

Brandjes blussen

Wie denkt dat Van Hierden daarmee alleen voor eigen parochie preekt, vergist zich. “Ik kan een intercedent trainen tot ik een ons weeg, als het middenmanagement niet betrokken is of een andere visie heeft, is het zinloos. Uiteindelijk is het de manager die het gedrag van de intercedent bepaalt. Daarom betrekken we de managers actief in onze salestrainingen, zij doen gewoon mee.”

Van Hierden merkt dat veel intercedenten niet meer gewend zijn om acquisitie te plegen. “Vroeger kwamen de klanten als vanzelf naar je toe. Sterker; ze waren

dankbaar dat jij hen wilde helpen. Nu is een andere houding vereist. Verkopen is echt meer dan alleen leuk een kopje koffie drinken met de klant. Het is knetterhard werken. Veel uitzendorganisaties waren daar niet op ingesteld. Daar kunnen intercedenten verder niets aan doen. Sales moet in het DNA van een organisatie zitten. Preferred supplier worden is een kwestie van jaren. Je ziet dat organisaties die daar wél op waren ingesteld het nog steeds redelijk goed doen. Mensen hebben ondersteuning nodig, echt goede ondersteuning. Anders ga je alleen maar rondrennen en brandjes blussen.”

Ken de juiste mensen

Wat kun je als intercedent doen? “Focus! Kies voor een doelgroep, blijf je daarin vast en bouw daarin expertise op. Netwerken is belangrijk, maar dat is meer dan je suf borrelen alleen! Daar hoort ook telefonische acquisitie bij, de juiste mensen leren kennen. De belangrijkste tip: ga niet altijd alleen voor de kill. Focus niet alleen op die vacature, maar ook op het bredere plaatje en vraag je af wat de klant écht nodig heeft. Dan wordt hij een ambassadeur voor jou.”

Netwerk uitbreiden?

Dan is TICC iets voor jou. De Top Intercedenten Carrière Club houdt regelmatige interessante netwerkvonden. Tijdens elke bijeenkomst kun je meedoen aan een workshop, zoals improviseren, zakelijk flirten of communiceren. Een ideale gelegenheid om je kennis te verversen, ervaringen te delen met collega's en je netwerk uit te breiden. Meer informatie vind je op www.topintercedent.nl.