

NIVEA

Een prachtig merk, blauw met wit, uitermate herkenbaar. Maar dat terzijde.

Nivea kan ook staan voor: Niet Invullen Voor Een Ander.

Hoe vaak denken wij te weten wat er omgaat in de ander? Tijdens menig gesprek doet u er echter verstandig aan zaken niet in te vullen voor een ander.

Voor een verkoopmedewerker is het vaak de kunst om erachter te komen wat de behoefte van de klant echt is. Kortom als een klant vraagt om tandpasta, wil hij niet zijn tanden poetsen, maar zoekt hij een artikel om van zijn gevoelige tandvlees af te komen, of hij wil wittere tanden en daarvoor zoekt hij een product als tandpasta of tandenragers en daarvoor komt hij bij u in de winkel. Medewerkers die een brug kunnen slaan tussen de producten die zij verkopen en de wens van hun klant, zijn goud waard.

Afijn ik dwaal af. Uw medewerkers beschikken vanzelfsprekend veel beter over de juiste verkooptechnieken dan ik. Maar let wel, zij vullen ook niet in voor de klant, zij zoeken – als het goed is – naar de werkelijke behoefte van die klant.

Mijn stiel ligt meer op het terrein van personeelsaangelegenheden. Laat daar dit ezelsbruggetje van Nivea nu ook prima van pas komen. Denk aan functioneringsgesprekken, beoordelingsgesprekken of frequent verzuimgesprekken. Stel open vragen, laat de werknemer het woord doen en bovenal: vul niet in voor een ander.

Op de KNDB-site volop actuele handvatten voor het voeren van functioneringsgesprekken. In de laatste nieuwsbrief van Remedium tips voor het voeren van frequent verzuimgesprekken. Doe er je voordeel mee.

De deelnemers aan de DID-workshops onder leiding van Sandra van den Bedem van afgelopen zomer en/of haar coaching-sessies herkennen dit punt.

Pas het Nivea-foefje toe en let op het effect.

Nivea werkt niet alleen goed op de huid, ook op de verstandhouding.

Nicole Hoetjes

Algemeen Secretaris

Koninklijke Nederlandse Drogisten Bond