

## 'Het valt of staat met goede mensen'

**Ondernemer: Ton Heerze**

**Bedrijf: Webton**

**Aantal mensen: 6**

**Doen: Webdesign en zoekmachineoptimalisatie**

"We krijgen veel klanten door mond-tot-mond reclame, maar ik zet ook regelmatig een of twee telemarketeers in die bijvoorbeeld uit de Gouden Gids bedrijven gaan bellen om opdrachten binnen te halen. Veel bedrijven zijn zich aan het oriënteren en als we net op het goede moment bellen, staan ze vaak open voor het maken van een afspraak. Gemiddeld levert een uur bellen, één afspraak op. Voor onze buitendienst geldt dat de helft van de afspraken een opdracht wordt, dus twee uur bellen levert één nieuwe klant op."

### Ouderwets medium

"Veel mensen vinden het helemaal niet vervelend om overdag op hun werk gebeld te worden. Het komt als een korte onderbreking en vaak worden het heel leuke gesprekken. Ik ben een voorstander van de telefoon in een wereld die wordt gedomineerd door e-mail. De telefoon is een directere ingang dan het sturen van een e-mail. Ik zeg altijd: 'Een beller is sneller.' Mensen krijgen tegenwoordig zoveel mail, een telefoontje breekt in en trekt de aandacht. Telemarketing is misschien een ouderwets medium, maar in de e-mailwereld is het een succes. Het rendement is hoog, je krijgt extra aandacht en mensen vinden het leuk om gebeld te worden."

### Lopende band werk

"Koud bellen is niet makkelijk. Ik heb nu zo'n twintig mensen gehad van wie slechts 3 of 4 ervoor geschikt waren en het ook leuk vonden om te doen. Het blijft toch een beetje lopende band werk, maar het valt of staat met goede mensen. Veel onderdelen van een koud acquisitiesprek kun je trainen, maar de manier van het voeren van een gesprek; dat heb je of dat heb je niet. Ik heb zelf ook veel van dit soort gesprekken gevoerd in het verleden, maar nu dien ik voornamelijk ter ondersteuning van de telemarketeers en geef ik hen tips."



### Vrouwenstemmen

"Het lastige aan een koud acquisitiesprek is dat wanneer er uit 99 belletjes nog niets is gekomen dat je de honderdste keer belt met evenveel enthousiasme in je stem als de eerste keer dat je belde. De klant hoort de motivatie in je stem. Het blijkt dat vrouwenstemmen beter scoren in een koud gesprek dan mannenstemmen. Dat ligt ook een beetje aan de branche waarin je belt. Bestaat die voornamelijk uit mannen, dan is een vrouwenstem succesvoller."