

Een gerenommeerde speler op de markt voor trainingen en cursussen is VDS Training Consultants in Rotterdam. Met 50 medewerkers en ongeveer 70 freelancers is het de grootste in-company trainingsorganisatie in Nederland. VDS rekent grote ondernemingen tot haar klantenkring, voor het merendeel behorend tot de Top 500. VDS verzorgt trainingen, coaching, e-learning en metingen op het gebied van verkoop, service- en klantgerichtheid en leiderschap. SALES-Magazine ging langs bij VDS voor een goed gesprek met Bas van Oevelen, sales manager en André Prins, senior trainer bij VDS.

Het resultaat telt “Veel van de klanten bevinden zich regelmatig in veranderingstrajecten. Dit wordt veroorzaakt door fusies, samenwerkingsverbanden of veranderingen in de markt. VDS wordt dan ingeschakeld om een dergelijk traject te begeleiden en leidinggevend en medewerkers te trainen zodat de organisatie de stap van ‘A naar B’ zet, vertelt Bas van Oevelen. “Het uitgangspunt

men niet over een nacht ijs. De behoefte van de opdrachtgever goed inventariseren is een zeer belangrijk onderdeel in de weg naar het uiteindelijke succes. Er wordt dan ook veel tijd en energie gestoken in het voortraject. En ook in het natraject blijft VDS in contact met de organisatie door middel van intervisie en zogenaamde ankersessies.

Vernieuwend met impact VDS zoekt altijd naar werkvormen die vernieuwend zijn en meer impact hebben op de doelgroep. Een aansprekend voorbeeld is de Mental Selling Power® methode. Dit is een verkooptraining, gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek, die verkopers succesvol maakt en hun resultaten verhoogt door natuurlijke weerstanden in het verkoopproces weg te nemen. “De meest verkooptrainingen zijn gericht op het ontwikkelen van kennis en vaardigheden”, licht André Prins toe. “Mental Selling Power gaat verder dan dat. Aan de hand van prikkelende opdrachten die mensen echt weten te raken, leert Mental Selling Power hoe je emoties zoals angst en schaamte in je voor-

16 VDS weet hoe je mensen

voor VDS is dat de trainingen een aantoonbare bijdrage moeten leveren aan het bedrijfsresultaat. Daarvoor is het belangrijk dat VDS al in het voortraject als een volwaardig business partner meedenkt om vervolgens gerichte programma's te ontwikkelen die de verandering ondersteunen.”

“Veel van die trainingen zijn maatwerk, vult André Prins aan. “Bij VDS zijn de trainers nauw betrokken bij de ontwikkeling van de trainingen. De accountmanager brengt de ontwikkelbehoefte bij de opdrachtgever in kaart, vervolgens gaat de impact consultant aan de slag om een projectvoorstel te ontwikkelen in samenwerking met een of meerdere trainers. Gaat de opdrachtgever akkoord met het projectvoorstel, dan start de impact consultant daadwerkelijk met het ontwikkelen van de training in nauwe samenwerking met de trainers.”

VDS houdt altijd het doel voor ogen, de training is daarbij slechts een middel om resultaat te behalen. Constant staat de vraag centraal wat het oplevert voor de opdrachtgever en de deelnemers en wat de impact van de training is op mens en organisatie. Met name bij grote trajecten gaat



André Prins (rechts): “Veel van onze trainingen zijn maatwerk”

deel kunt gebruiken. Verkopers wordt geleerd irreële ideeën en belemmerende overtuigingen om te zetten in bevorderende overtuigingen om zodoende lef en daadkracht te tonen op cruciale momenten in het verkoopproces.”

“Iedere verkoper kent wel zo'n moment”, vult Bas van Oevelen aan, “Zo'n moment in het verkoopgesprek waarop je een bepaalde spanning voelt

en de afstand voelt vergroten tussen jou en je gesprekspartner. Je kunt dan niets doen en op de weg terug naar kantoor denken, het was toch niets geworden, of je erkent het probleem, pakt het aan en draait de situatie om in jouw voordeel. Dat is iets waar Mental Selling Power je bij kan helpen.”

“We confronteren deelnemers met een aantal opdrachten die alles te maken hebben met emoties, zegt André Prins. “Wat je ziet is dat veel verkopers geen focus durven aanbrengen, geen klantbehoefte kunnen vaststellen, wel weten dat het stellen van ‘open vragen’ openingen biedt, maar door spanning de juiste vragen niet kunnen bedenken of durven te stellen. Ook een hele herkenbare is de koffietoerist, die iedere afspraak netjes afloopt, maar niet echt met verkoop bezig is. Wij traceren met de deelnemer zijn of haar belemmeringen, analyseren de oorsprong en leren de deelnemer hoe hij of zij deze belemmeringen kan overwinnen. Pas dan kan de deelnemer zich ontwikkelen tot echte verkoper.”

Een andere nieuw programma is bijvoorbeeld Teams to Results®. Andre Prins: “Hierbij gaan teams een

Bas van Oevelen: “Erken het probleem, pak het aan en draai de situatie om in jouw voordeel”.



van A naar B ontwikkelt

17

jaar lang met elkaar een teamproces in. In dat jaar worden doorbraken bereikt in de prestaties die ze met elkaar willen leveren en de manier waarop ze dat met elkaar bereiken. Dit proces wordt gemonitord door een speciaal daarvoor ontwikkeld systeem dat de voortgang inzichtelijk maakt. Of Heartmath®, dit is een methode op het gebied van stresspreventie. De inzet van deze methodiek leidt tot hogere prestaties binnen organisaties en als derde noem ik Mindfulness, deze methode zorgt voor een goede work life balance, ook een thema dat erg belangrijk is in de huidige tijdsgeest.”

Klantenteams Een andere belangrijke succesfactor van VDS is het inzichtelijk maken van veranderingen en prestaties in een organisatie, dit is iets dat VDS op professionele wijze doet. Bas van Oevelen: “Wij zijn niet bang om de verandering en prestaties inzichtelijk te maken. Integendeel, we willen het juist meten. Je moet alleen wel alle variabelen weten en beschrijven. De accountmanager en impactconsultant zijn al in de beginfase kritisch door het trainingstraject gegaan en weten dus goed welke prestatieverbetering moet plaatsvinden, daar gaan we dan ook

‘WE
VINDEN
HET
GEWELDIG
OM TE
ZIEN
DAT
HET
WERKT’

volledig voor. Het geeft ons juist een kick om te zien dat het werkt, dat de klant ook daadwerkelijk resultaat heeft. Dat is het mooiste wat er is, als je ziet dat de organisatie beter presteert.”

En last but not least de klantenteams. Iedere klant wordt bedient door een klantenteam dat verantwoordelijk is voor alle klantprojecten en contacten. Iedere klant heeft een rechtstreeks telefoonnummer waar hij met al zijn vragen terecht kan. We gaan er voor om iedere klant te bedienen alsof hij de enige klant is, het zogenaamde ‘n=1’ principe. Volgens onze servicevisie beleeft iedere klant bij ons het nummer 1 gevoel. Dat bereiken we door klantenteams volledig verantwoordelijk te maken voor alles wat we bij die klant doen en ze uit te dagen iedere keer weer de klant positief te verrassen. “Niet voor niets werken de meeste klanten al jaren met ons samen en dan ontstaat er natuurlijk een hele krachtige relatie waar zowel de klant als wij baat bij hebben”, aldus Bas van Oevelen.

Wilt u meer weten over VDS of één van de trainingen, neem dan contact op met VDS Training Consultants, www.vds.nl of bel 010 - 206 53 00. <