

## VINGER OP DE ZERE PLEK

**In *Wat bezielt mijn klant!?* – *Ondernemen in onzekere tijden* raakt auteur Gerco Rietveld een open zenuw van veel B2B-verkopers: de inkoper! Als professioneel en ervaren inkoper weet Gerco Rietveld hoe het spel tussen inkoop en verkoop onder zakelijke afnemers wordt gespeeld. Hij beschrijft, analyseert en concludeert met een fijne penvoering en op een verrassend toegankelijke wijze.**

Voor mensen met een commerciële functie zal *Wat bezielt mijn klant!?* van Gerco Rietveld een 'feest' der herkenning zijn. Het boek beschrijft hoe tegenpolen elkaar zien, in de dagelijkse praktijk met elkaar omgaan en wat daar de consequenties van zijn. We noemen dat de mismatch tussen verkoop en inkoop - een probleem dat in essentie gaat over onverenigbare karakters en strategieën.

In zijn 2e boek (zijn in 2009 verschenen debuut *Inkoop, een nieuw paradigma* is uitgeroepen tot Managementboek van het Jaar 2010) legt de auteur de vinger op heel wat zere plekken. Zijn boodschap aan de verkoper als hij het boek openslaat: uw vroegere verkoopsucces was te danken aan het gebrek aan inkoopsucces van uw klanten. En als u niet aan de toenemende druk van inkopers kunt ontsnappen, wacht u onherroepelijk het slachthuis! Om daar tegen de inkoper aan toe te voegen: u bent zich in het geheel niet bewust van de schade die u bij leveranciers aanricht en u overschat uzelf, onder het motto: ik bespaar dus ik besta!

Gerco Rietveld geeft een kijkje in de inkoopkeuken dat zeer de moeite waard is om gelezen te worden. Een conclusie: het inkooptrucje is eigenlijk verrassend eenvoudig: volume bundelen en concurrentie stellen. Maar ook de manier waarop hij naar verkoop kijkt, is verhelderend. Wat de auteur vooral verwondert, is dat verkoop er kennelijk niet in slaagt om een adequaat antwoord te vinden op het veranderende koopgedrag van klanten. En dat velen volgens hem – volstrekt ten onrechte – niet tot de conclusie zijn gekomen dat er anno 2013 niet zozeer sprake is van een crisis, maar van een nieuwe werkelijkheid. Met fundamentele veranderingen in de afzetmarkt.

*Wat bezielt mijn klant!?* is bedoeld als advies aan bedrijven om in onzekere tijden te overleven, door het storm- en toekomstbestendig te maken, zoals de auteur het noemt. In het boek worden

# GERCO RIETVELD

strategist

tal van essentiële vragen gesteld. En natuurlijk: adviezen gegeven, ook uitdagende, inclusief onderbouwing. Bijvoorbeeld: stop met verkopen, hef de verkoopafdeling in zijn bestaande vorm op, maak er een cliënt-service organisatie van, laat het senior management de strategische verbinding met de klant leggen en beperk het resterende verkoopapparaat tot een afdeling acquisitie die verantwoordelijk is voor het binnenhalen van nieuwe (kleine) klanten. Wat vinden we daarvan?

Is de inhoud van het boek, de visie van de auteur, nieuw? Nee, dat niet. In de (internationale) vakliteratuur worden de thema's uit het boek al geruime tijd en uitvoerig beschreven. Maar toch heeft Gerco Rietveld – voor Nederlandse begrippen – een vernieuwend boek geschreven. Het is met name de benadering om door zowel de bril van de inkoper als de verkoper te kijken, die dit boek zo aantrekkelijk maakt om te lezen. Zeker in combinatie met de praktische streetwise-benadering en uitwerking.

Wie geïnteresseerd is in een strategische insteek van het vraagstuk en de visie van de auteur wil weten op de vragen: wat drijft mijn klant, wat wil hij bereiken en hoe kan ik hem daarbij helpen? zal zeker niet bedrogen uitkomen. Zoals ook liefhebbers van een operationele benadering aan hun trekken zullen komen, bijvoorbeeld met een zeer bruikbare Eerste Hulp Bij Offertes, het advies van een inkoper over hoe je als verkoper kan ontsnappen aan de druk van inkopers. Samenvattend: tegen alle verkopers zou ik willen zeggen: lees het boek en doe er je voordeel mee!

## **Over Nico Melkert**

Nico Melkert MBA studeerde onder meer business administration en is zelfstandig business- en salesconsultant. Hij heeft ruime commerciële ervaring opgedaan in diverse management- en directiefuncties op het gebied van sales en marketing.

*Bron: Managementboek.nl*