



WINNENDE VOORDELEN VIA NEUROMARKETING

WERKBOEK

OPDRACHTEN 1 T/M 15

Vriendelijke mededeling & disclaimer: Het copyright van de videolezing en worksheet is vastgelegd door Chantal van den Berg | BERG-CO. Het is niet toegestaan om de inhoud in welke vorm en/of op welke wijze dan ook te dupliceren, op te nemen in eigen materiaal of te verspreiden. Dat heeft namelijk juridische consequenties.

Alle onderdelen uit de videolezing zijn bedoeld om bedrijven en mensen te laten groeien. Chantal biedt haar kennis, ervaring en expertise. Wat anderen met die kennis doen en hoe die ingezet wordt is hun keuze en biedt geen belofte of garantie voor specifieke resultaten. Op geen enkele wijze kan Chantal van den Berg | BERG-CO aansprakelijk worden gehouden voor beslissingen, acties en resultaten, op welk moment dan ook en onder alle omstandigheden.



DE INHOUD VAN DE LADDER VAN DE WINNENDE VOORDELEN:



THE BATTLE	4
WINNING MOOD	4
22 REDENEN: KENMERKEN	5
22 REDENEN: VOORDELEN	6
22 REDENEN: BEDRIJF	9
22 REDENEN: SELECTIE	13
RAAK DE JUISTE SNAAR	14
HEBBERIGHEID CREEREN	16



INLEIDING

Bij deze video horen een aantal opdrachten zodat je de inhoud kan gaan vertalen naar je eigen bedrijf of product/dienst.

Probeer deze opdrachten te doen op het moment dat het wordt aangegeven in de video, omdat bepaalde opdrachten tezamen weer input zijn voor een andere opdracht.

Vul gerust op een later moment nog aan of maak aanpassingen. dat hoort ook bij het proces van het komen tot een totaalplaatje dat het beste bij jou past.

Ik wens je veel plezier met het invullen van de opdrachten.

Chantal



#OPDRACHT 1: THE BATTLE

Welke concurrent wil jij verslaan?
Schrijf je antwoord hieronder op. Dit helpt je om te weten of je straks je doel hebt gehaald.

De concurrent van wie ik wil winnen is:

#OPDRACHT 2: WINNING MOOD

Wat word je beloning als je van deze of een andere concurrent hebt gewonnen? Schrijf hem hieronder op.

Tip: maak een foto van je beloning om je eraan te herinneren dat je gewonnen hebt. En om terug te kijken als het even niet lukt.



#OPDRACHT 3: 22 REDENEN

Welk product of dienst ga je gebruiken om je 22 redenen samen te stellen? Het moet een product zijn waar je de specificaties goed van kent.

Mijn gekozen product of dienst is:

#OPDRACHT 4: KENMERKEN

Schrijf (minimaal) 6 kenmerken van je gekozen product of dienst hieronder op.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.



5.

6.

#OPDRACHT 5: VOORDELEN

Schrijf voor elk van de 6 kenmerken van de vorige opdracht een voordeel op. Je maakt van een kenmerk een voordeel door jezelf af te vragen hoe je dat uit te leggen aan een kind van zes jaar.

1.

2.

3.

4.



5.

6.

#OPDRACHT 6: KENMERKEN VOOR JE BEDRIJF

Schrijf (minimaal) 6 kenmerken van je bedrijf hieronder op.

1.

2.

3.

4.

5.

6.



#OPDRACHT 7: VOORDELEN VAN JE BEDRIJF

Schrijf voor elk van de 6 kenmerken van de vorige opdracht een voordeel op. Je maakt van een kenmerk een voordeel door het woord 'zodat' achter je kenmerk te plaatsen en dan het antwoord te geven.

1.

2.

3.

4.

5.

6.



#OPDRACHT 8: 22 REDENEN

Een 22-tal kenmerken om je inspiratie te geven over een MKB-adviesburo dat trainingen geeft:

- 1 Klantvoordeel is onze topprioriteit
- 2 Gratis eerste gesprekken
- 3 Ervaren sparringpartner
- 4 Expert voor middelgrote bedrijven
- 5 Hart en ziel en passie
- 6 Verkoopprofessional
- 7 Investeringsgarantie
- 8 Jouw succes is ons succes
- 9 Uitstekend werk
- 10 Allround serviceoplossingen
- 11 Flexibiliteit
- 12 Oplossingen op maat
- 13 Motivatie die aanhoudt
- 14 Opleiding van alle verkoop- en klantcontacten
- 15 Belofte van best-practices
- 16 Tips voor het lezen van onderwerpen
- 17 Indrukwekkende referenties
- 18 Permanente bijscholing
- 19 Ervaren in situaties van onrust
- 20 Trainen met impact
- 21 Bekwaam backofficeteam
- 22 Communicatieprofessional op alle kanalen



Ter inspiratie een paar voorbeelden van uitgewerkte kenmerken naar voordelen:

2 Gratis eerste gesprekken

Het eerste gesprek is altijd gratis. Zo heb je de mogelijkheid om je eigen beeld te vormen.

3 Ervaren sparringpartner

Jij maakt gebruik van de 15 jaren ervaring van onze verkoop- en herstructureringsexpertise op beslissingsniveau in handels- en servicebedrijven.

4 Expert voor middelgrote bedrijven

De certificatie van MKB-nederland geeft ons de expertstatus voor middelgrote bedrijven.

7 Investeringsgarantie

Indien een deelnemer, om welke reden dan ook, binnen zes maanden na één van de trainingen verlaat, nodigen we de vervangende medewerker van harte uit om in een nieuwe training deel te nemen.

9 Uitstekend werk

Onze medewerker Harry is een gecertificeerde verkoopexpert, Hij heeft het NIMA sales-A diploma. Zijn diploma onderstreept dat hij op het hoogste niveau van kennis en kwaliteit in verkoop wil opereren.

15 Motivatie die aanhoudt

Motivatie ontstaat door inspirerende trainingen en coaching die je de best-practice tips geven hoe je team in de toekomst nog meer klanten kan werven.



Mijn 22 redenen zijn:

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.

11.



Mijn 22 redenen zijn:

12.

13.

14.

15.

16.

17.

18.

19.

20.

21.

22.



#OPDRACHT 9: SLIMME SELECTIE

Kijk naar je opdrachten over de kenmerken en voordelen van je product of dienst of je bedrijf. Pas de slimme selectie toe en vul de onderstaande nummers in.

Het kenmerk/voordeel dat ik als eerste presenteer is nr. :

Het kenmerk/voordeel dat ik als laatste presenteer is nr.:

Het kenmerk/voordeel dat ik aan een groep presenteer is nr. :

Het kenmerk/voordeel dat ik aan een individu presenteer is nr.:



#OPDRACHT 10: WELKE TYPE BREIN HEB JIJ?

in deze video keken we naar introvert en extravert.

Er is een Mini BreinTypeTest om achter jouw Breintype te komen.

Via [deze link](#) ga je direct naar de test.

Vul hieronder in:

Ik heb waarschijnlijk de meeste overeenkomsten met het Breintype:

.....

Wil je graag een uitgebreide test doen om je precieze Breintype te bepalen? Dan heb ik de uitgebreide BreinTypeTest voor je.

Dit zit erin:

1. Welke hersenhelft bij jou dominant is ,zodat je sterke punten zo weet te noemen dat iedereen ze meteen snapt
2. Welke soort denkwijze je hebt, waardoor je weet wat de basis is van jouw communicatie
3. Welke focus je brein heeft als het gaat om besluiten nemen, zodat je weet wat voor jou belangrijk is bij een keuze.

Je krijgt een eigen persoonlijk Breinprofiel van 20 pagina's in pdf toegestuurd incl hoe je op basis van drie vragen al een goede inschatting van een persoon kunt maken (en dat zijn niet de vragen uit de test 😊)

Je bestelt je eigen Breinprofiel via [deze pagina](#)



#OPDRACHT 11: RISICOMIJDERS EN RISICONEMERS

Kijk naar je opdrachten over de kenmerken en voordelen van je product of dienst of je bedrijf. Welke passen bij de risicomijders en welke bij de risiconemers?

De kenmerk(en)/voordel(en) die passen bij risicomijders zijn nr's:

De kenmerk(en)/voordel(en) die passen bij risiconemers zijn nr's:



#OPDRACHT 12: VRAGEN RISICOMIJDERS RISICONEMERS

Kijk naar je opdrachten over de kenmerken en voordelen van je product of dienst of je bedrijf. Welke passen bij de risicomijders en welke bij de risiconemers?

Kies twee vragen uit de onderstaande vragen voor risicomijders en beantwoord deze

- * Wie doet dit ook?
- * Kan ik je vertrouwen?
- * Hoe werkt het?
- * Wat zijn de specificaties?
- * Kun je dat garanderen?

Kies twee vragen uit de onderstaande vragen voor risiconemers en beantwoord deze

- * Kan ik het naar mijn wens aanpassen?
- * Waarom is dit de beste keuze?
- * Wat zijn je unieke voordelen?
- * Wat zijn je referenties?
- * Kan je het me makkelijker maken om te kiezen?



HEBBERIGHEID SAMENVATTING

De R³-techniek

Reden

Interesse te wekken

Het **aas** in de vorm van een specifieke **lijst** die jij voor de ander hebt

Reactie

Duwtje naar afspraak

De **vrijheid** geven via de zin: "en je bent vrij om te kiezen"

Regie

Expertise advies

Benoem **verwachting**, **inhoud** en **voordeel** aan begin gesprek

Kies een lijst die je als aas gaat gebruiken. Deze moet specifiek zijn en niet op een andere manier te verkrijgen zijn.

Maak je reactie waarin je eerst iets over je ervaring zegt en daarna vertel je over de lijst.

Vertel iets over een concurrent en benoem een gevolg in de vorm van een getal. Stel dan de vraag om samen door te nemen.

Begin het gesprek met te vertellen over de lijst, de vragen die je aan de ander hebt en waar je naar op zoek gaat. Sluit af met: Is dat helder voor je?



#OPDRACHT 13: HEBBERIGHEID

Welke soort lijst, checklist, top... kan jij aanbieden aan een potentiële klant in de vorm van aas?

Mijn aas is:

Welk verlies heeft jouw klant door het missen van die kennis uit jouw aas en wat wil je van de je lijst gaan delen met de klant? Schrijf dat hieronder op.



#OPDRACHT 14: HEBBERIGHEID

Welke reactie kun je geven aan de klant met de zin "je bent vrij om.." erin verwerkt? Schrijf deze hieronder op. Kijk de video nog even terug indien nodig.

#OPDRACHT 15: HEBBERIGHEID

Welke regie van je gesprek kun je opschrijven? Gebruik hiervoor de andere input die je bij Reden en Reactie hebt aangegeven.



**DANKJEWEL VOOR HET VOLGEN VAN DEZE
VIDEOLEZING!!**

JE BENT NU AAN HET EINDE EN HEBT

**WINNENDE VOORDELEN
VIA NEUROMARKETING**

MET SUCCES AFGEROND.

HIERBIJ MIJN COMPLIMENTEN



Chantal
VAN DEN BERG