

COACHING RAPPORT

Gespreksanalyse

Jan de Vries · accountmanager ITCD**Type:** Kennismakingsgesprek / verkenningfase**Sector:** IT-dienstverlening, B2B managed services & cloud**Duur:** ± 45 minuten**Klant:** ITCD**6,2**

/ 10

TOTAALBEOORDELING

Goede gespreksvoering, winst in verdieping en afsluiting

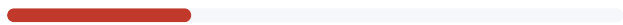
✓ Afdeling en thema sterk uitgevraagd

△ Bezwaren weerlegd in plaats van verdiept

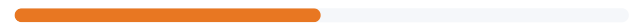
△ Vervolgafspraak nog zonder concrete invulling

✗ Gesprekspartner nauwelijks uitgevraagd

STRUCTUUR – NIVEAUS

Organisatie **6/10**Afdeling **9/10**Gesprekspartner **3/10**Thema **9/10**

GESPREKSVAAARDIGHEDEN

Koosignalen verzilverd **6/10**Gespreksevenwicht (30/70) **7/10**Doelvragen op pijn **5/10**Omgaan met bezwaren **6/10**Afsluiten naar concrete volgende stap **5/10**

Totaalscore: gemiddelde van de negen onderdelen hierboven.

Structuur & opbouw van het gesprek

De behoefteanalysefase werkt het best als je van breed naar smal beweegt: **Organisatie** → **Afdeling** → **Gesprekspartner** → **Thema**. Hieronder per niveau wat er in dit gesprek gebeurde.

Organisatieniveau **MAGER UITGEVRAAGD**

Je opent sterk: de brug naar het beursmoment maakt meteen duidelijk waarom dit gesprek er is. Maar verder dan dat kom je op organisatieniveau niet actief. Wat je weet over de bredere context (de druk vanuit de groei van het aantal vestigingen en werkplekken, het willen opvangen van het tekort aan eigen IT-personeel) komt van de klant zelf, ongevraagd. Er wordt geen moment gevraagd naar ambitie op langere termijn, positionering ten opzichte van branchegenoten, of hoe de krapte op de IT-arbeidsmarkt de komende jaren gaat spelen. Dat soort informatie geeft een klant vrijwel gratis weg als je er één open vraag aan wijdt. Hier laat je dat liggen.

Afdelingsniveau **STERK PUNT**

Hier zit het gesprek goed. De vraag *"hoe loopt dat beslissingstraject in dit programma van eisen, zijn jullie daar de leidende rol of is dat een combinatie van een team?"* legt in één keer het besluitvormingsproces bloot: wie de voorselectie doet, dat het MT formeel opdrachtgever is, en dat er net een projectleider is aangesteld om het traject te trekken. Ook de vraag naar de bestaande systemen (ERP, HR-systeem, telefonie- en ticketsysteem) levert direct bruikbare informatie op over het technische landschap waarin een oplossing moet passen.

Gesprekspartner **ONTBREEKT VRIJWEL VOLLEDIG**

Het introductierondje blijft functioneel: wie doet wat. Er wordt niet doorgevraagd op wat de rol voor de persoon zélf betekent, bijvoorbeeld wat hen op dit moment het meest bezighoudt, of waar zij zelf ruimte zien om dingen anders aan te pakken. Dat is een gemiste kans: mensen bouwen sneller vertrouwen op via een persoonlijke vraag dan via nóg een procesvraag.

Themaniveau **RIJK EN GOED DOORONTWIKKELD**

Dit is verreweg het sterkste deel van het gesprek. De klant wordt uitgenodigd om zelf het raamwerk (het gelaagde dienstenmodel van ITCD) te herkennen in wat ze op de beurs zagen, er wordt doorgevraagd op de spanning tussen centraal beheer en lokale autonomie per vestiging, en het gesprek landt uiteindelijk bij een concreet, herkenbaar vertrekpunt (werkplekbeheer) in plaats van abstracte dienstcategorieën. Een sterk staaltje van het omzetten van een abstract model naar een tastbaar gesprek.

Koopsignalen in dit gesprek

Een koopsignaal is pas waardevol als je het herkent én verzilvert. Onderstaande momenten zijn letterlijke signalen uit het transcript, met wat ermee gebeurde en hoe je ze de volgende keer verder kunt uitmelken.

VROEG · BIJ DE VRAAG "WAT SPRAK JULLIE AAN OP DE BEURS?"

"...we zaten in een soort top 3 tot maximaal top 5 leveranciers te kijken... dit zou wel eens een top 3 leverancier kunnen zijn."

Het signaal wordt beantwoord met meer uitleg over de eigen propositie, in plaats van eerst bevestigen en verdiepen.

COACHTIP

Herhaal het signaal hardop ("Wat maakte dat jullie dat zó snel dachten?") en vraag door naar het onderscheidende criterium. Dát criterium is straks je sterkste kaart in de vervolgpresentatie.

MIDDENDEEL VAN HET GESPREK

"We werden getipt door de accountmanager van onze huidige softwareleverancier, omdat wij een dienstverlening willen die zij niet gaan aanbieden."

Terecht wordt doorgevraagd wie de tip gaf, maar het gesprek buigt daarna af naar een technische uitleg over waarom die dienstverlening lastig te organiseren is voor de concurrent, in plaats van de pijn van de klant zelf te verdiepen.

COACHTIP

Bij dit type signaal eerst de pijn concreet maken ("Wat kost het jullie nu dat die dienstverlening er niet is?") vóórdat je het technisch gaat duiden.

AFSLUITING VAN HET GESPREK

"...ik denk gewoon dat jullie oplossing heel goed zou kunnen passen bij ons vraagstuk... zo concreet heb ik ze nog niet veel gehoord."

Sterk verzilverd: dit signaal wordt direct omgezet in een concrete vervolgspraak mét datum én tijdstip, in plaats van een vrijblijvend "we bellen nog wel".

COACHTIP

Dit is precies hoe het moet. Bewaar dit citaat: het is het bewijs dat vertrouwen opbouwen via structuur (architectuur, proces, beheerbeleid) werkt bij dit type klant en deze rol.

Omgaan met bezwaren

De klant bracht drie bezwaren in. De erkenning gaat goed: geen enkel bezwaar wordt weggewuifd. Wat opvalt is het patroon daarna: elk bezwaar wordt vrijwel direct inhoudelijk weerlegd, terwijl doorvragen eerst had blootgelegd wat er écht achter zit.

BEZWAAR 1 · PRIJS, HALVERWEGE HET GESPREK

"Ik vermoed dat jullie een stuk duurder zijn dan wat we nu betalen."

Goed opgepakt: het bezwaar wordt eerst erkend ("dat kan ik me voorstellen als je alleen naar het maandbedrag kijkt") en daarna verbreed naar totale kosten, inclusief de uren die het eigen team nu kwijt is aan beheer en verstoringen. De klant knikt zichtbaar mee en brengt zelf het uitvalincident van vorig kwartaal in.

COACHTIP

Sterk patroon: erkennen, verbreden, en de klant zelf het bewijs laten leveren. Noteer dat uitvalincident, het is jouw referentiepunt in de offertefase.

BEZWAAR 2 · AFHANKELIJKHEID, NA DE UITLEG OVER HET DIENSTENMODEL

"We willen niet met huid en haar aan één leverancier vastzitten."

Hier wordt te snel geruststellend geantwoord met contractvormen, documentatie en exit-afspraken. Inhoudelijk klopt het antwoord, maar er wordt niet gevraagd waar deze zorg vandaan komt. Juist bij dit type bezwaar zit er vaak een eerdere slechte ervaring onder, en die is goud waard voor je positionering.

COACHTIP

Vraag eerst: "Waar komt die zorg vandaan, hebben jullie dat eerder meegemaakt?" Pas daarna je antwoord geven. Een weerlegd bezwaar overtuigt; een begrepen bezwaar bouwt vertrouwen.

BEZWAAR 3 · GEWENNING, RICHTING HET EINDE

"Onze mensen zijn erg gehecht aan het huidige ticketsysteem, daar krijg je ze niet zomaar vanaf."

Dit bezwaar wordt beantwoord met een technische uitleg over koppelmogelijkheden. Daarmee verschuift het gesprek naar systemen, terwijl het bezwaar over mensen ging: weerstand, gewoonte en draagvlak. De operationeel manager haakt hier merkbaar af.

COACHTIP

Benoem wat je hoort: "Als ik het goed begrijp is jullie zorg niet de techniek, maar of jullie mensen meegaan." Dat opent het gesprek over adoptie en implementatie, en daar onderscheid je je van partijen die alleen techniek verkopen.

Afsluiten naar een concrete volgende stap

De afspraak staat: er is een vervolgspraak met datum én tijdstip, en dat is beter dan een vrijblijvend "we bellen nog wel". Maar een datum in de agenda zegt nog niets over wat er die dag besproken en besloten wordt. Daar blijft in deze afsluiting het meeste liggen.

Wat er staat **DATUM EN TIJDSTIP VASTGELEGD**

Het sterkste koopsignaal van het gesprek ("zo concreet heb ik ze nog niet veel gehoord") wordt direct omgezet in een agenda-afspraak. Daarmee is het momentum vastgehouden en is de kans dat het vervolg doorgaat aanzienlijk groter.

Wat er ontbreekt **GEEN CONCRETE INVULLING**

Er is niet afgesproken wát er in dat vervolgsprek op tafel ligt en wat er daarna gebeurt als het bevalt. Geen gezamenlijke agenda ("dan laten wij X zien, en jullie brengen het programma van eisen mee"), geen check of de projectleider en het MT aanhaken, en geen besluitvraag ("als het voorstel past bij jullie programma van eisen, wat is dan voor jullie de logische volgende stap?"). Daardoor is de afspraak een demo-moment geworden in plaats van een stap in een besluitvormingstraject.

De ontbrekende slotvraag **NIET GESTELD**

De vraag die deze afsluiting van een 5 naar een 8 had gebracht: *"Stel dat wat jullie in het vervolgsprek zien aansluit op het programma van eisen, hoe ziet het traject er daarna aan jullie kant uit, en wie moeten daar dan bij zijn?"* Die ene vraag legt het besluitproces bloot, haalt de juiste mensen aan tafel en maakt van een demo een beslismoment.

Scherpe vervolgvragen per niveau

Vragen om in een volgend gesprek met dezelfde klant (of een vergelijkbaar profiel) dieper te komen.

ORGANISATIE

- Als je drie jaar vooruitkijkt, hoe ziet de verhouding tussen eigen IT-beheer en uitbesteding er dan uit binnen jullie organisatie?
- Waar loopt de druk vanuit de krapte op de IT-arbeidsmarkt het hardst op? Bij welke functies of vestigingen merken jullie dat het eerst?
- Waarin onderscheiden jullie je van branchegenoten in hoe je met IT omgaat?
- Wat gebeurt er als dit vraagstuk over beheer en continuïteit over twee jaar nog steeds niet is opgelost?

AFDELING

- Welke andere projecten staan er op de rol die om dezelfde capaciteit vragen als dit traject?
- Hoe wordt succes van dit project over een jaar gemeten, en wie kijkt daar precies naar mee?
- Wat gebeurt er met de huidige tooling als dit traject slaagt? Blijft dat naast elkaar bestaan of verdwijnt het?

GESPREKSPARTNER

- Wat maakt dit traject voor jullie persoonlijk het meest spannend of het meest waardevol om te trekken?
- Waar zou je zelf het eerst tijd mee besparen als dit straks goed loopt?

THEMA

- Als je nu naar het programma van eisen kijkt, welk onderdeel is het lastigst om concreet te krijgen?
- Stel dat budget geen enkele rol zou spelen: wat zou dan de ideale oplossing zijn?
- Wie moet er straks intern 'ja' zeggen op dit voorstel, en wat vindt die persoon daarin het belangrijkste?

Praktische feedback

✓ WAT GING GOED

Geloofwaardigheid vanaf minuut één.

De transparante opening over hoe jullie zelf werken ("we vertellen ook eerlijk wat we níet doen") verhoogt direct de geloofwaardigheid. De klant reageert er merkbaar positief op.

Abstractie concreet gemaakt.

Een abstract model (het gelaagde dienstenmodel) wordt omgezet naar een concreet, herkenbaar vertrekpunt (werkplekbeheer) waar iedereen in de zaal iets bij kan voorstellen.

Sterke afspraak in de agenda.

Geen vage toezegging, maar een afspraak met specifieke datum én tijdstip. De kans dat dit daadwerkelijk doorgaat is daarmee aanzienlijk groter. Wat er aan die afspraak nog ontbreekt, staat in Deel 4.

△ VERBETERPUNTEN

1. Bewaak de 30/70-balans tijdens technische uitleg.

Rond het stuk over systeemarchitectuur (koppelingen, single sign-on) geeft de klant nog maar kort "nee" als antwoord: een teken dat er gevolgd wordt in plaats van meegedacht. Knip technische toelichtingen op in kleinere stukken en check tussentijds: "Volg je dit nog, of zal ik het praktischer maken?"

2. Stel de budgetvraag.

Er is een programma van eisen, een MT als opdrachtgever en een net aangestelde projectleider: genoeg aanknopingspunten om subtiel naar tijdlijn en investeringsruimte te vragen, bijvoorbeeld: "Als jullie dit voor het einde van het jaar willen oplossen, is daar dan al ruimte voor gemaakt qua budget?" Dat voorkomt verrassingen verderop in het traject.

3. Verdiep op de gesprekspartner.

Het gesprek blijft functioneel op wie-doet-wat. Eén vraag als "wat is voor jou op dit moment het meest uitdagende aan deze rol?" opent de deur naar persoonlijke motivatie, en dat bouwt sneller vertrouwen op dan alleen inhoudelijke diepgang.