

E-Book: Eerste Hulp bij een Goede Offerte



WWW.YOURVIRTUALASSISTANT.ONLINE

Inleiding

Een offerte maken hoeft niet moeilijk te zijn.

Leid jouw offerte altijd tot een opdracht of verkoop? Om je product/ dienst te kunnen verkopen moet je weten wat een offerte is, hoe stel er een op en hoe vertaal je dit naar jouw klant? Dit e-book bevat alle praktische regels, antwoorden op vragen en tips over hoe het nu eigenlijk zit met jouw offerte.

Inhoudsopgave

1. De basis	Pagina 3 - 4
2. Wij- taal, u- taal en ik- taal	Pagina 4 – 5
3. Van negatief- tot positief taalgebruik	Pagina 6 – 8
4. Positieve energie overbrengen	Pagina 8 – 9
5. Verschil tussen spreek- en schrijftaal	Pagina 9 - 11
6. Juridische controle	Pagina 11 – 12
7. Nabewerking van je offerte	Pagina 12 – 13
8. Afsluiting	Pagina 13

1. De Basis



Wat is een offerte?

Een offerte bevat een aanbod van de verkoper voor bepaalde goederen of diensten. In de offerte informeer jij jouw klant onder welke voorwaarden jij de goederen wilt verkopen of jouw diensten wilt aanbieden.

Welke onderdelen moeten er in een offerte staan?

- de aangeboden goederen of diensten
- de prijs
- de kwaliteit van jouw goederen of een specificatie van de aangeboden diensten
- de hoeveelheid goederen
- de plaats waar de goederen worden geleverd of waar de dienst wordt verricht
- de betalingsvoorwaarden
- verwijzing naar jouw algemene voorwaarden

Welke soorten offertes zijn er?

1. De vaste offerte: Bij deze offerte reserveert de verkoper de goederen voor de klant tegen een in de offerte genoemde prijs. Hier staat altijd een tijdslimiet bij.
2. De vaste offerte mits onverkocht: De verkoper handhaaft het aanbod zolang hij de goederen nog in voorraad heeft. De verkoper mag de partij goederen ook aan een ander verkopen.
3. De vrijblijvende offerte: De verkoper mag in deze de prijs verhogen of de goederen aan een ander verkopen.

Tip 1: Als jouw klant de offerte accepteert, moet hij de offerte voor akkoord ondertekenen en terugsturen. Zorg er ook voor dat er ruimte is in jouw offerte waar een akkoord gegeven kan worden voor jouw algemene voorwaarden. Soms wordt een offerte mondeling toegezegd, zorg dan dat jij dit schriftelijk aan jouw klant bevestigt, dat jouw klant akkoord is gegaan met de offerte en stuur hem digitaal jouw algemene voorwaarden.

Tip 2: Bij een verkoopgesprek moet je eigenlijk al weten waarom erom een offerte wordt gevraagd. Door vooraf vragen te stellen kun je vaststellen of jouw klant gaat vragen om een offerte of dat jouw klant gelijk tot koop over gaat. Je zult niet altijd antwoorden krijgen, maar je kunt het altijd proberen.

2. Wij- taal, u- taal en ik- taal



Wat gebruik jij in jouw offerte? Schrijf jij in jouw offerte met 'wij – taal', 'u – taal' of 'ik – taal'? Positieve argumenten kunnen we verrijken door zoveel mogelijk in de 'u – vorm' te schrijven.

SLECHTE VERKOOPVOORBEELDEN:

- Onze nieuwe configuratie werkt tijdbesparend.
- Onze nieuwe constructie heeft een lange levensduur.
- Wij hebben een serviceorganisatie die dag en nacht klaar staat.

GOEDE VERKOOPVOORBEELDEN:

- U wint door deze configuratie veel tijd.
- U profiteert jarenlang van deze constructie.
- U kunt elk uur van de dag en nacht van onze servicemensen profiteren.

Positieve argumenten kun jij verrijken door zoveel mogelijk in de 'u-vorm' te schrijven. Bij een klant gaat het er niet om, wat jij maakt, wat jij doet, maar welke voordeel de klant heeft.

Uitzonderingen: de 'ik-' of 'wij-vorm' gebruiken we liever tijdens conflictsituaties, waar we allemaal mee te maken krijgen.

CONFLICTVERSTERKENDE VOORBEELDEN:

- *U heeft onze laatste brief niet goed begrepen.*
- *Uw vragen scheppen onoplosbare problemen.*
- *Uw berekeningen kloppen niet.*

CONFLICTVERZWAKKENDE VOORBEELDEN:

- *Ik heb me in onze laatste brief niet duidelijk genoeg uitgedrukt.*
- *Ik zal proberen u te helpen, maar weet niet of het lukt.*
- *Ik krijg een andere uitkomst. Mogen we onze berekeningen eens vergelijken?*

Tip 1: *Pas altijd op met het hanteren van het begrip 'wij'. Daarmee bedoelen we nooit een individuele persoon die spreekt of schrijft, want die heet niet 'wij' maar 'ik'. In de verkoop moet 'wij' betekenen 'u en ik samen' hiermee druk je de saamhorigheid uit.*

Tip 2: *Door in je offerte de naam van je bedrijf herhaaldelijk te noemen, blijft deze naam beter in het geheugen van de lezer hangen. Overdrijf hierin niet.*

3. Van negatief- tot positief taalgebruik!



Verkoop actieve taal kan soms lastig zijn, want wat voor jou positief is kan toch negatief ontvangen worden.

NEGATIEF IS:

- *Van deze aanschaffing zult u zeker geen spijt hebben.*
- *In onze serviceorganisatie heeft u geen lange wachttijden te vrezen.*
- *Met dit apparaat zult u nooit klachten krijgen.*

POSITIEF WORDT:

- *Op deze aanschaf zult u trots terugkijken.*
- *Binnen de 2 uur ziet u een vakkundige servicemonteur bij u.*
- *Dit apparaat functioneert altijd naar uw volle tevredenheid.*

Onbewust gebruiken we negatieve uitdrukkingen, wat een negatieve instelling kweekt bij jouw klanten. Zie voorbeeld hieronder:

NEGATIEF: *op orders onder € 1.000 is de korting niet van toepassing. Is wel eerlijk, maar zeer zeker niet positief.*

POSITIEF: *Op orders boven de € 1.000 krijgt u een korting van.....*

Door de nadruk te benoemen waar wel het voordeel ligt en niet op het nadeel is de reactie bij jouw klanten veel positiever.

Dit gebeurt ook vaak met het gebruik van taal. Een voorbeeld hierin is het 'wankelend' en het 'stevig' taalgebruik.

NEGATIEVE WOORDEN DIE JE NOOIT IN JE OFFERTE MOET GEBRUIKEN:

- Betreurenswaardig
- Desnoods
- Eigenlijk
- Fout
- Helaas
- Jammer
- Klacht
- Mislukken
- Moeten
- Onaangenaam
- Probleem
- Spijtig
- Teleurstellend
- Vervelend

WANKELTAAL DIE EEN ONZEKERHEID KUNNEN UITDRUKKEN:

- Ik denk
- Ik geloof
- Ik meen
- Ik zou zeggen
- Voor zover ons bekend
- Voor zover we weten
- Waarschijnlijk
- We nemen aan, dat....

INEXACTE UITDRUKKINGEN DIE JE NIET MOET GEBRUIKEN:

- Als
- Bijna
- Binnenkort
- Een dezer dagen
- Een paar
- Enzovoorts
- Iemand
- Ongeveer
- Onlangs
- Pogen
- Soms
- Spoedig
- Vaak
- Verscheidene
- We doen ons best.....zelden

Niet altijd kunnen we bovenstaande vermijden, maar let er wel op en weeg duidelijk af of deze woorden/ zinnen noodzakelijk zijn.

POSTIEVE WOORDEN VOOR IN JE OFFERTE:

- Aangenaam
- Blij
- Graag
- Mooi
- Plezierig
- Prettig
- Snel
- Verhelderend
- Verheugend
- Verrassend
- Voordelig
- Winstgevend

4. Positieve energie overbrengen



Je offerte moet volledig fonkelen met jouw positieve energie. Hoe doe je dit? Door veel zelfstandig naamwoorden tot werkwoorden om te smeden. Werkwoorden maken onze taal dynamisch en sneller, wat in deze tijd onmisbaar is.

VOORBEELDEN NAAMWOORDELIJK:

- Iemand onze dank betuigen
- Een aantal vragen stellen
- Wanneer wenst u de levering te ontvangen?

NU OMGESMEDEN IN WERKWOORDELIJK:

- Iemand bedanken.
- Iets vragen
- Wanneer wilt u dat wij leveren?

Nauw verwant met een positief en krachtig woordgebruik is de actieve en tegenwoordige tijdvorm waarin wij onze offerte schrijven. Hierin moet je de 'lijdende' vorm vermijden en blijven in de 'bedrijvende' vorm.

VOORBEELDEN LIJDENDE UITDRUKKINGEN:

- Deze mogelijkheden worden op dit moment in ons laboratorium onderzocht
- De laatste modellen worden door de gebruiker zeer gewaardeerd
- U kunt ervan op aan, dat op tijd zal worden geleverd

VOORBEELDEN VAN BEDRIJVENDE UITDRUKKINGEN:

- Het laboratorium onderzoekt momenteel deze mogelijkheden
- De gebruikers waarderen deze laatste modellen
- (naam bedrijf) levert op tijd

Tip 1: Voor de gewenste taal schrijven we de werkwoorden zoveel mogelijk in tegenwoordige tijd. Hulpwerkwoorden laten we het liefst weg, ook als dit niet 'correct Nederlands' is.

Tip 2: Het belangrijkste voor jouw klant (dus ook voor jou) is dat onze schriftelijke stukken in duidelijke-, ondubbelzinnige-, begrijpelijke- en beschaafde taal wordt geschreven.

VOORBEELDEN DIE JE NIET KUNT ZEGGEN:

- We zullen het mogelijk doen
- U kunt reeds na een week van deze voordelen profiteren
- We hebben het mogelijke voor u gedaan

VOORBEELDEN DIE JE WEL KUNT ZEGGEN:

- We doen het mogelijke
- U profiteert reeds na een week van deze voordelen
- We deden het mogelijke voor u

5. Verschil tussen spreek- en schrijftaal



Natuurlijk is er een wezenlijk verschil tussen spreek- en schrijftaal. Toch hanteren we de schrijftaal iets terughoudender. Zelfs als de persoon met wie we het gesprek hebben gevoerd een bekende is.

Simpelweg omdat je niet weet wie er meeleest. Dit zou aanstoot kunnen geven aan jouw vertrouwelijkheid in jouw offerte. Enig vermoeden van 'vriendjespolitiek' in plaats van 'inkooppolitiek' kan heel negatief uitpakken.

Let dus ook heel goed op als je een offerte schrijft naar zakenvrienden. Gebruik liever "Geachte heer De Wit" en als er sprake is van echte vriendschapsrelatie, dan hoogstens beperken tot "Beste Henk de Wit".

In een zakenrelatie tussen bedrijven houden we de afstand het grootst. Bij een particuliere klant zal dit minder zijn, maar dan nog weet je niet waar jouw offerte gaat rondzwerven. Houd hier rekening mee, want dit kan je gewoon een order of een opdracht kosten.

Naast het feit dat je moet weten hoe je de persoon aanschrijft is het handig om te weten hoe de indeling opgemaakt moet worden.

Het is aan te raden om altijd een begeleidend schrijven mee te sturen bij jouw offerte. Bij een vrij uitvoerige offerte horen te allen tijde een inleiding en een samenvatting thuis. Ik wil je dan als tip meegeven dat je de inleiding schrijft in de 'U-vorm'. Voorbeelden als: U vraagt in uw brief van 22 november 2018.....

Vermeld ook altijd de naam van de persoon met wie gesproken is en de naam van de verkoper, als deze zelf niet de offerte opmaakt. Zorg er daarnaast voor dat de openingszinnen regelmatig veranderen.

Benoem altijd de klantbehoefte in jouw offerte en omschrijf dit oplossingsgericht op. Een voorbeeld kan zijn: Op 2 september 2018 wilt u dat uw nieuwe elektrische garagedeur is geplaatst en goed functioneert.

Herhaal in jouw offertebrief de bewoordingen die jouw klant gebruikte. Hiermee geef je aan dat jij jouw klant goed hebt gehoord. Dit is natuurlijk alleen mogelijk als de verkoper zelf de offerte opmaakt of aan de offerte meewerkt. Je kan natuurlijk er ook voor kiezen dat de persoon in kwestie die het gesprek heeft gevoerd aantekeningen maakt of telefonisch overlegt.

Hierna ga je over tot het doen van jouw voorstel. Hierbij moet je rekening houden met een bepaalde volgorde, namelijk:

- Benoem eerst de winst of het voordeel voor jouw klant
- Dan het functioneren van het aangeboden product of dienst
- Daarna de vermelding van product of dienst
- En als laatste een korte samenvatting van de voordelen

Als laatste bij het aanbieden van jouw product vermeld dan altijd de prijs exclusief btw en de eventuele bijkomende kosten. Geef jij een korting, dan vermeld je de uitgangsprijs, het kortingsbedrag en de werkelijke te betalen prijs.

Bij dienstenoffertes wordt het iets lastiger. Jouw open offerte omvat dan het uurtarief exclusief btw en de bijkomende kosten.

Bij een gesloten offerte beschrijven we de bedragen per projectfase en het totale eindbedrag exclusief btw.

Hiermee geef jij jouw klant inzicht in de kostenopbouw. Dit zorgt voor vertrouwen. Benoem na het noemen van jouw prijs altijd nog even in het kort de voordelen voor de klant.

Een zorgvuldige en nette offerte zorgt voor de eerste presentatie bij jouw klant. Maak gebruik van kleuren, markeer zinnen, en gebruik foto's let wel op, gebruik deze technieken met mate. Je offerte is het visitekaartje, geen kermisattractie. De technieken moeten dienen als toevoeging.

6. Juridische controle



Moeilijke en complexe offertes laten we vanzelfsprekend door een jurist beoordelen. Dit gebeurt met name als er tussen onze toezeggingen in de offerte en de levering problemen ontstaan. Je bent daar wellicht niet schuldig aan, maar mogelijk wel verantwoordelijk voor. Dit risico wil je niet lopen en zeker niet als hier veel geld mee gemoeid is. Dit geld kun je beter investeren in een goede jurist die hier verstand van heeft.

Mocht jij ervoor kiezen om jouw algemene voorwaarden te deponeren bij de Kamer van Koophandel zal deze door een deskundige worden bekeken, eventueel aanvullen en/ of herzien. Over het algemeen als we een jurist advies laten uitbrengen op onze offerte luisteren we daar altijd wel naar. Het blijft echter een advies, de beslissing maak je zelf. Vanuit het oogpunt van de jurist zal deze een kwade trouw van de tegenpartij vermoeden. Echter de meeste handelsovereenkomsten worden te goeder trouw aangegaan.

Als de klant positief op je offerte reageert, sturen we het liefst onmiddellijk een orderbevestiging. Ook hier moet je tijd en aandacht aan besteden, beknopt en op dezelfde wijze als jouw offerte benader je jouw klant. Hierin verwijst je vriendelijk naar de offerte en bijlage.

Een veel gestelde vraag is, of je de klant kunt laten betalen voor een offerte. Natuurlijk kan en mag je dat doen, mits je dit van tevoren hebt verteld en de klant dit heeft geaccepteerd. Het heeft ook echt zin en klanten zullen dit echt wel accepteren wanneer er intensieve en soms langdurige onderzoeken moeten worden verricht voordat de offerte gemaakt kan worden. Hiermee voorkom je dat resultaten in het begin van je onderzoek, dat je klant besluit om ermee naar de concurrent te gaan om te vragen of deze het voor goedkoper kan doen.

Er bestaan natuurlijk ook offertes waarin duidelijk een voorwaarde van vertrouwelijkheid vermeld staat. Bij alle tekeningen, modellen en andere zaken zet je altijd © met daarachter het jaartal. Als blijkt dat iemand echt van kwade wil is zullen bedingen en bedreigingen niet helpen. Dus bij moeilijke en complexe offertes is het redelijk als een klant hiervoor betaald. Zo beperk je in elk geval de schade voor jezelf.

7. Nabewerking van je offerte



Niet iedere offerte die je maakt eindigt direct in een verkoop. Het kan zomaar zijn dat dit een van de laatste stappen zijn die je klant maakt in zijn traject.

Voor belangrijke offertes is het hoofdzaak om een afspraak te maken met je klant, om de offerte door te bespreken. Je geeft de klant enkele dagen (maximaal 2 weken) de tijd. Je wacht niet totdat de klant jou belt, maar behoudt altijd zelf het initiatief. Een telefoontje van jouw kant toont interesse in de opdracht.

Het kan natuurlijk ook zo zijn dat de klant jouw offerte beschouwd als het begin van de onderhandeling over de prijs. Bij grotere opdrachten zie je vaak dat na het uitbrengen van een offerte je wordt uitgenodigd om een toelichting te geven voor een adviesgroep.

Mocht het zo zijn dat laatste het geval is. Dan is het verstandig vooraf te weten of je als enige partij de offerte gaat toelichten, of dat er concurrenten zijn.

Stel dat na het uitsturen van jouw offerte dit niet leidt tot een nieuwe afspraak, dan doe je er slim aan om wel in gesprek te blijven. Probeer vooral erachter te komen wat de redenen waren om niet akkoord te gaan met jouw offerte, waardoor jij de opdracht niet hebt gekregen. Hieruit kun je dan opmaken wat jij had moeten doen. Dit kan handig zijn bij een eventuele volgende klant. In sommige gevallen zou je er nog voor kunnen kiezen om je offerte aan te passen.

Als je offerte niet de tijd en kosten van een bespreking rechtvaardigt, dan bel je de klant op. Vraag of hij/zij de betreffende offerte heeft ontvangen en vraag om een reactie.

Tip: *Kraak nooit concurrenten af op het moment de klant afhaakt. En bedankt de klant voor de eerlijke reactie.*

8. Afsluiting

Je bent aan het einde gekomen van dit e-book. Wil jij graag extra tips ontvangen schrijf je dan in voor de YVA Tips. Dit kan via <https://yourvirtualassistant.online/>. Hier vind je naast mijn tips nog meer e-books om jou op weg te helpen. Ik wens je veel succes bij het opmaken van jouw offertes.

