

“Niet op resultaat sturen maar op inspanning”

Naam: Niels Maat
Leeftijd: 39 jaar
Functie: manager Key Accounts en Drive Solutions
Bedrijf: Vector Aandrijftechniek bv, Rotterdam
Branche: aandrijf- en besturingstechniek
Jaar van oprichting: 1945
Marktverantwoordelijkheid: nationaal
Verkoopbinnendienst: 17 medewerkers
Verkoopbuitendienst: 7 medewerkers

door Kirsten Karmiggelt

Vector Aandrijftechniek is de Nederlandse dochter van de Duitse multinational SEW-EURODRIVE. Het bedrijf, met vestigingen in Rotterdam, Zutphen, Grubbenvorst en Purmerend, is marktleider op het gebied van elektromechanische aandrijftechniek in Nederland. Naast componenten, besturingen, industriële tandwielkasten, schakelkasten en software levert het bedrijf een uitgebreide aftersaleservice. *Niels Maat* stuurt er als manager Key Accounts en Drive Solutions een sales team van 24 mensen aan.

Wat betekent sales management voor u?

“Het is belangrijk dat mensen hun verantwoordelijkheid nemen. Dit kan alleen als zijzelf de situatie overzien en ook zelf een beslissing mogen en kunnen nemen. Doordat ik hierbij als leidinggevende coachend optreed, ben ik ervan overtuigd dat we een optimaal resultaat behalen.”

Wat vindt u de belangrijkste trends in uw vak?

“Ik zie twee belangrijke trends. Enerzijds wordt de werving, selectie en het behoud van personeel steeds belangrijker. Je ziet dat personeel gemakkelijker ‘hopt’ en tegelijkertijd is er weinig aanbod op de arbeidsmarkt. Als je hier als bedrijf niet goed op inspringt, heb je op de lange termijn een probleem. De andere trend is automatisering. In verkoop wordt het gebruik van geautomatiseerde processen op diverse vlakken steeds belangrijker, zoals CRM en EDI. Dat zie ik als een goede trend. Integraal gebruik van deze tools maakt immers een efficiënte marktbenadering mogelijk.”

Welke drie eisen stelt u minimaal aan uw mensen?

“Kennis van zaken, inlevingsvermogen en drive. Gezien ons vakgebied en de geavanceerde toepassingen waarmee onze klanten werken, is een grondige kennis van aandrijf- en elektrotechniek onontbeerlijk. Op basis daarvan kun je de ontwikkelingen in het vakgebied ook gemakkelijker bijhouden. Ten tweede moet een verkoper zich kunnen verplaatsen in de wensen en behoeften van de klant. Alleen dan kan een optimale oplossing worden uitgewerkt. En de verkoper moet de innerlijke wil hebben om

zich te blijven ontwikkelen. En dan niet alleen op technisch gebied maar bijvoorbeeld ook op het intermenselijke vlak.”

Hoe motiveert u uw verkopers?

“Wij werken met persoonlijke inspanningsdoelstellingen. Ik zelf ben ervan overtuigd dat je niet op resultaten moet sturen maar op inspanningen. De resultaten zijn namelijk het gevolg van de inspanningen die iemand verricht. Door de inspanningsdoelen binnen een afdeling en het gehele bedrijf op elkaar af te stemmen kun je de markt met een uniforme focus benaderen.”

Hoe ziet u sales over tien jaar?

“Over tien jaar is de automatisering uiteraard veel verder doorgevoerd, waardoor het verkoopproces nog een heel stuk efficiënter zal verlopen. Het persoonlijke gesprek zal zich steeds verder (door)ontwikkelen in een adviserende rol van de verkoper. Afhankelijk van de business moet hij zich specialiseren om de juiste gesprekspartner van de klant te kunnen blijven. Met andere woorden: de verkoper moet zich steeds meer gaan focussen op zijn toegevoegde waarde voor de klant.”

Hoeveel aandacht besteedt u aan opleiding en training?

“Omdat wij onze mensen als belangrijkste goed van ons bedrijf zien, investeren wij veel geld in opleiding. Van iedereen binnen het bedrijf wordt verlangd dat men per jaar minimaal één opleiding volgt. Dit wordt vastgelegd in de persoonlijke inspanningsdoelstellingen. Ik geloof dat de manier waarop we hiermee omgaan, er in belangrijke mate aan heeft bijgedragen dat we tot de ‘Netherlands 50 Best Managed Companies’ behoren.”

Tot slot: wat is uw salesmotto?

“De mensen maken het verschil! Want alle successen die wij als bedrijf hebben gevierd, zijn in belangrijke mate behaald door de mensen, zowel voor als achter de schermen. Je kunt als verkoper nog zo je best gaan doen om een opdracht binnen te halen, als de mensen achter de schermen de belofte geen gestand weten te doen, is je inspanning voor niets geweest.”