



**Whole Brain®
Offertes schrijven en
aanbestedingen winnen**



Hoe vergroot je je verkoopkansen?

Verkopen. Je kunnen verplaatsen in de denkwereld van de klant. In staat zijn om die klant jou écht te laten begrijpen. Daar gaat het om. Uit onderzoek blijkt namelijk dat we offertes, websites, documentatie en presentaties te vaak vanuit ons eigen denken schrijven. De klant leest het wel, maar begrijpt niet altijd de context of de gedachtegang van de schrijver. Het vergemakkelijken van de waarneming door de klant, dát is de kunst.

Wat is de **Whole Brain**[®] Methodiek voor offertes en aanbestedingen?

Een beter begrip krijgen van de natuurlijke manier van informatie verwerken in ons brein. Daar gaat de Whole Brain[®] methodiek voor succesvolle offertes schrijven over.

Denkvoorkeuren hebben invloed op onze waarneming van de buitenwereld. Hoe we kansen creëren in de verkoop. Hoe de klant reageert op onze correspondentie en marketinguitingen. En hoe we onze doelen bereiken.

Het beïnvloedt de effectiviteit van onze digitale en schriftelijke verkoop- en marketinginspanningen.



Wat leer je tijdens Whole Brain® offertes schrijven?

- ✓ Je verscherpt jouw schriftelijke communicatie. Om de gedachtegang, de manier van communiceren en de koopmotieven van klanten beter aan te spreken.
- ✓ De juiste toon en woorden te gebruiken. Om het koopgedrag en de dopamine van de klant te activeren.
- ✓ Je leert zorgvuldig formuleren om de waarde van een opmerking te kunnen vergroten.
- ✓ Presenteren en schrijven in de denkstijl en taal van jouw klanten.
- ✓ Hoe je emotionele waarde moet toevoegen in plaats van prijzen te verlagen.
- ✓ Typische triggers te gebruiken die het verschil maken in je documenten en website.
- ✓ Hoe je de conversie kan vergroten door de call-to-action slimmer te formuleren.



**Wat heb jij als
verkoper aan
Whole Brain®
Offertes schrijven?**


Hoe komt het dat je bij de ene klant moeiteloos de juiste snaar weet te raken en bij de andere klant het idee krijgt dat het aangaan van een gesprek verspilde moeite is? Hoe haal je in elke situatie het maximale rendement uit jouw inspanningen? Ben je bereid en vaardig genoeg om een andere schrijfstijl in te zetten? Om zo met de klant te verbinden en zijn of haar koopproces te begeleiden?

In de workshop maken we je bewust van jouw mentale voorkeuren en van het effect dat dit heeft op jouw manier van schrijven. Je leert de belangrijkste uitgangspunten voor het schrijven van een Whole Brain offerte, website of brochure. En tegelijkertijd ontwikkelen we samen strategieën om de klant effectief en efficiënt te beïnvloeden.

A man with glasses and a beard is shown in profile on the left side of the image, looking towards the right. The background is dark and slightly blurred, showing another person's face in the background.

Waarom werkt de **Whole Brain**[®] Methodiek?

- Door het denken van mensen als uitgangspunt te nemen, worden nieuwe inzichten en vaardigheden gekoppeld aan de schrijfstijl van de deelnemer.
- De workshop is gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek naar denkvoorkeuren door Ned Herrmann. Deelnemers begrijpen en ervaren hierdoor makkelijker waarom een bepaalde aanpak werkt voor henzelf en voor hun klanten.
- Het onderzoek naar de denkstijlen is vertaald naar een praktisch inzetbare toolbox die concrete resultaten oplevert.
- De Whole Brain[®] methodiek wordt onder andere succesvol toegepast door 97% van de Fortune100 bedrijven, om hun verkoopproductiviteit en innovatieve kracht te verbeteren.
- De persoonlijke leerdoelen van de deelnemer worden vertaald naar actuele offertes en presentaties uit hun eigen praktijk. Hierdoor is de herkenbaarheid en toepassingsbereidheid van de nieuwe vaardigheden groot.
- Praktijkoefeningen zijn een belangrijk element in de workshop. Het is de enige manier om samenhang tussen opbouw, woordkeuze en resultaat zichtbaar te maken. Dit versnelt de implementatie.



Voor wie is deze workshop bedoeld?

- Marketing medewerkers
- Verkopers die offertes en/of aanbestedingen schrijven
- Web redacteuren
- Social Media strategen
- Sales Managers

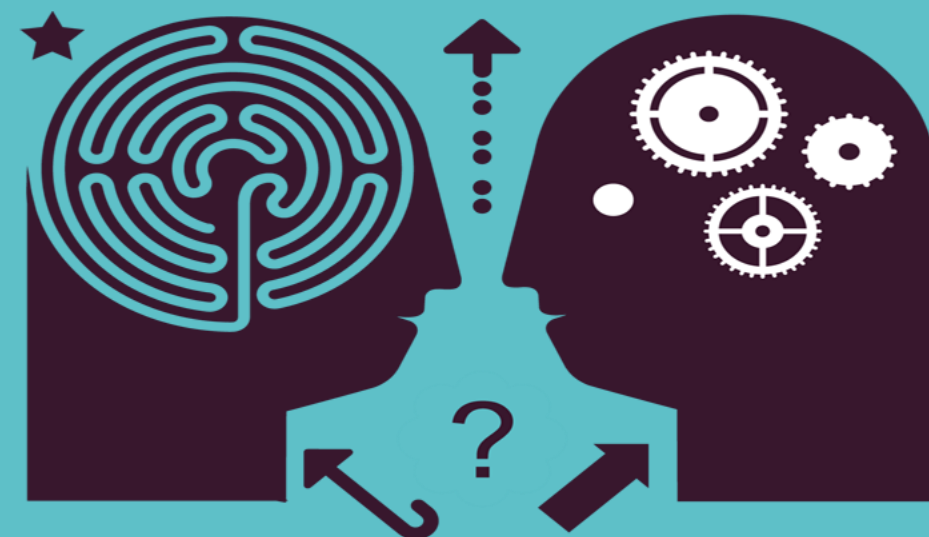
Hoe ziet de voorbereiding er uit?

Een workshop heeft het grootste leerrendement als je het dicht op de dagelijkse praktijk laat aansluiten.

Vandaar dat we werken met de offertes, brochures en web teksten van uw organisatie

Een persoonlijke intake inclusief een denkstijlanalyse maakt deel uit van het opleidingstraject.

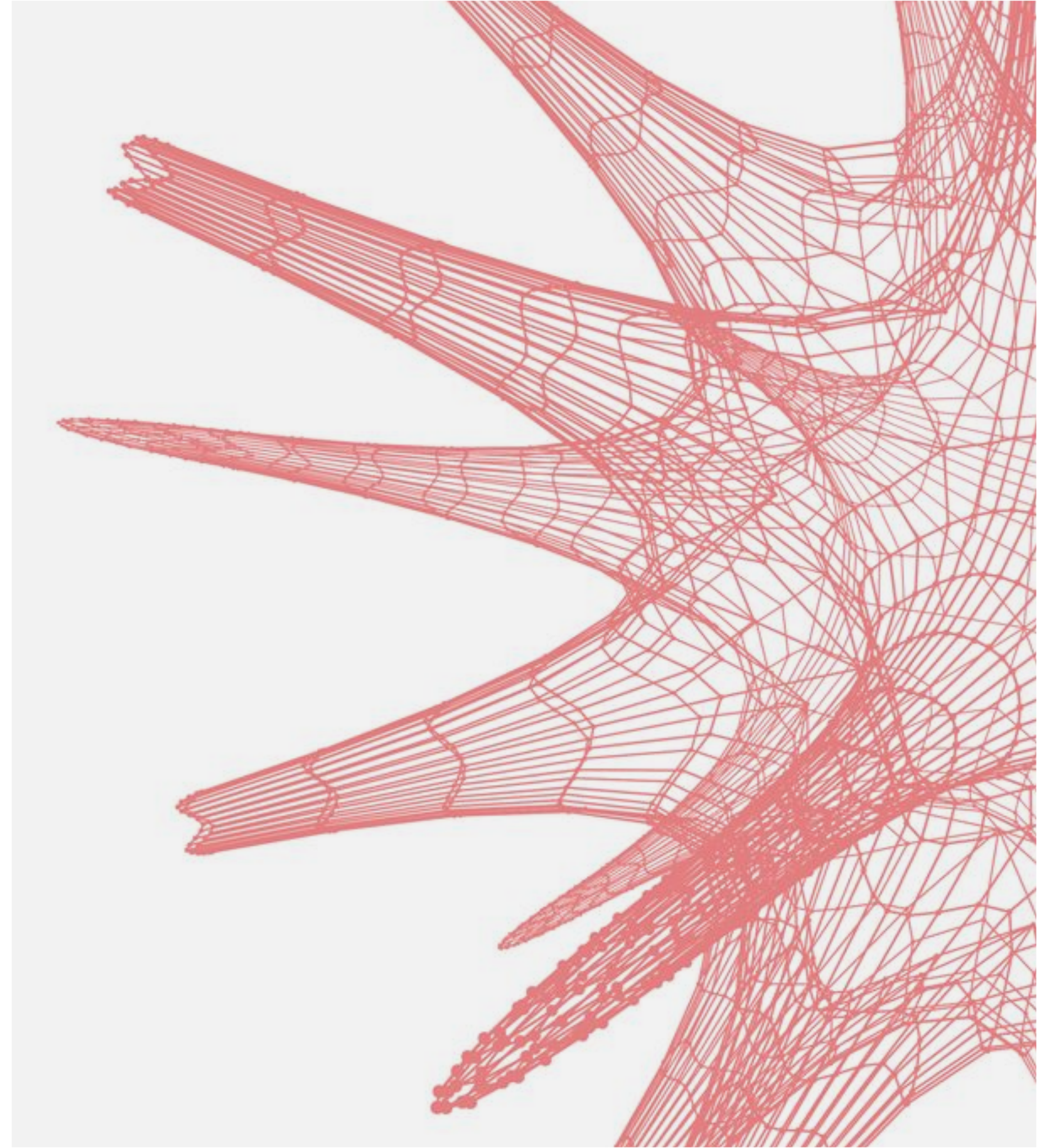
- ✓ Uitleg over de dynamiek van denkstijlen.
- ✓ Het Whole Brain® Thinking concept
- ✓ Hoe maak je contact met het kopende brein van je klant.
- ✓ Whole Brain® Copywriting.
- ✓ Hoe verwoord je iets Whole Brain?
- ✓ Tips en Praktijkoefeningen
- ✓ Een jaar lang toegang tot je persoonlijke Whole Brain Thinking internetpagina en tool box als er ook een denkstijlanalyse wordt afgenomen



Hecx Business Development

**sales agency
for improvement
and interaction**

Met één doel: mensen en bedrijven in een 'sales mindset' brengen. Maar hoe doe je dat? Door zelfreflectie te ontwikkelen, door focus aan te brengen, en door te leren schakelen op 'moeilijke' momenten in het verkoopproces. En door de vaardigheden te koppelen aan de persoonlijkheid van de medewerker. Meer verkoop door het benutten van talent.





Whole Brain® is a registered trademark
of Herrmann Global, LLC.