

a Doel en doelgroep

11.9 Verkooppresentatie

Een bijzondere vorm van een betogende presentatie is de verkooppresentatie. Dat is een presentatie waarbij je een product presenteert en het publiek probeert over te halen tot actie over te gaan, bijvoorbeeld een coupon opsturen, een opgegeven telefoonnummer bellen of het aangeprezen product kopen. De Interrailkaart is zo'n product. Je kunt er informatie over geven, een standpunt over innemen en je kunt proberen haar aan de man of vrouw te brengen. Van dat laatste volgt hierna een voorbeeld.

Je moet de doelgroep op een persoonlijke en herkenbare wijze aanspreken. De doelgroep in ons voorbeeld bestaat uit jongeren van 18 jaar, potentiële klanten.

De Interrailkaart (verkooppresentatie)

(Attention)

Julie kennen ze wel, de Interrailers. Jaar na jaar vliegen ze in steeds grotere zwermen uit. Vrije vogels die de trein hebben uitgekozen om te vliegen van Parijs naar Narbonne, van Genua naar Athene, van Budapest naar Wenen. In een maand leggen ze duizenden kilometers af, hangend in de kooien van een trein, soms strijken ze even neer, voor wat groen of een beetje liefde en voort gaat het weer. Interrailer zijn is echt iets bijzonders.

(Interest)

Wat zijn Interrailers? Interrailers zijn jongeren die een maand lang met de trein door de landen van Europa zwerven. Ze maken gebruik van de Interrailkaart.

Wat is een Interrailkaart? Dat is een treinkaart die alleen bestemd is voor jongeren van 18 tot en met 25 jaar. Dat is een leeftijdsgroep die vooral in de zomervakantie tijd genoeg heeft om grote delen van Europa te bereizen.

De kaart is 15 dagen of een maand geldig. Er zijn vier soorten. Voor de goedkoopste betaal je ongeveer € 214. Daarmee kun je bijvoorbeeld reizen in België, Luxemburg en Frankrijk. Vind je dat niet genoeg, dan neem je een kaart voor een nog groter gebied: Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland. Maar die is ook even iets duurder: € 248. Je kunt ook drie zones bereizen, altijd toch zo'n tien landen, dat kost € 34 meer. Voor bijna € 315 ten slotte kun je met de trein door heel Europa trekken.

(Desire)

Dit is natuurlijk voor jullie een geweldig aanbod. Voor weinig geld reis je naar de mooiste steden en stranden van Europa. Je maakt heel snel vrienden onder andere Interrailers, die allemaal net zoals jij op route zijn en elkaar veel te vertellen hebben over wat ze hebben gezien en beleefd. En je leert al jong op een gemakkelijke manier om te gaan met mensen van andere culturen. Voor het éne Europa van de toekomst een mooie ervaring.

(Action)

Dus als je een leuke en interessante vakantie wilt, koop dan zo'n kaart. Zij is alleen verkrijgbaar in de zomermaanden, van juni tot en met augustus. Je haalt haar aan het loket op het station. Als je hem nu koopt, krijg je er een handig boekje bij met allerlei tips over goedkoop overnachten en eten.

b Opbouw

Voor een verkooppresentatie maak je gebruik van de AIDA-formule. AIDA staat voor de Engelse woorden: Attention, Interest, Desire en Action. Dat zijn de vier elementen van een verkooppresentatie. We hebben deze elementen in de tekst hierboven aangegeven en we leggen ze hierna uit.

Attention

Aandacht. Je vraagt de aandacht van het publiek, bijvoorbeeld door een vergelijking. Hierna volgen nog drie andere manieren om de belangstelling van je toehoorders te trekken, maar er zijn er meer: inhaken op actualiteit, gebruik van woordspelingen, presentatie van een historische ontwikkeling.

– Beschrijving

Eén van mijn vrienden is in de zomermaanden op Interrail geweest. Hij was in Sofia en aan de kusten van de Zwarte Zee, waar hij zich als een koning heeft laten bedienen, maar ook de ellende heeft gezien van een land dat zojuist het communisme heeft opgegeven. Interrail is een avontuur.

– Variatie op een aforisme

*Je bent jong, je wilt eens wat en Veronica is in de zomer ook niet alles. Wat doe je?
Je zoekt twee of drie leuke vriend(inn)en en je gaat op avontuur, met de trein, met Interrail. Zo denken vele jongeren die net hun eindexamen hebben gedaan.*

- Een hard of scherp oordeel afwijzen

Sommige mensen denken dat Interrailers de nieuwe zwervers van Europa zijn, de daklozen onder de zomertoeristen, de armoedzaaiers die slapen op trottoirs of in parken en portieken, de hulpelozen, die berooid en vervuild aankloppen bij ambassades. Maar dat klopt niet, want Interrailers komen alleen positief in het nieuws. En terecht, want Interrail is een heel leerzaam avontuur.

Interest

Interesse. Je geeft informatie over het product om interesse te wekken: eigenschappen, doel, waar en wanneer te krijgen, prijs, garantie.

Desire

Verlangen. Je wekt het verlangen op bij de potentiële koper. Het product levert de koper een aantal voordelen of aantrekkelijkheden op.

Action

Actie. Je probeert de koper tot handelen over te halen. Hij wordt ertoe verleid een coupon in te sturen, op te bellen of zelfs te kopen. Je biedt hem bijvoorbeeld cadeautjes, extra-korting of gebruikt het argument dat de voorraad maar beperkt is.

Zie voor andere adviezen onder: *Uitvoering van een toespraak* in paragraaf 11.3 van dit hoofdstuk.

c Taalgebruik

In paragraaf 11.6 van dit hoofdstuk staat een aantal tips voor het mondelinge taalgebruik.

Vergeet vooral niet je toehoorders regelmatig aan te spreken.