



CHIEF ORGANIC GROWTH,  
MAAR OOK SCHRIJVER,  
SPREKER EN OPRICHTER/  
EIGENAAR THE SOCIAL  
SELLING COMPANY EN THE  
BROWN PAPER COMPANY

## WESSEL BERKMAN

Exponentiële groei bereik je met lef en creativiteit en het vastberaden inzetten van de gekozen strategieën. Alleen zo maak je significant het verschil. Als je ook niet langer wilt dat jouw organisatie wordt geregeerd door moeizame lineaire of zelfs negatieve groei, maar je verlegen zit om een nieuwe commerciële blauwdruk, dan ben je klaar voor de commerciële revolutie die ik in mijn jongste – en gelijknamige – boek beschrijf.

Ik wil je een nieuw perspectief en inspiratie geven voor antwoorden op vraagstukken waar je waarschijnlijk al tegenaan bent gelopen. Dat technologie het koopgedrag van je klanten totaal veranderd heeft, dat het verschil maken en onderscheidend zijn belangrijker is dan ooit, dat je een nieuw commercieel paradigma nodig hebt om te overleven en dat je snel moet handelen. Voor je het weet, is je bedrijf irrelevant.

Het koopgedrag van klanten is veranderd en dat betekent dat je je organisatie anders moet inrichten. Met ons team, specialisten en onze topklanten zitten we in een continu proces van brainstormen, nadenken, beslissen, testen en doorontwikkelen. Dat leidt tot integrale inzichten hoe je binnen een organisatie de commercie volledig anders

moet organiseren om het verschil te blijven maken. Wat lokale experimenten, losstaande trainingen en tools helpen je niet bij het creëren van een nieuwe commerciële orde.

Volgens mij kent De Commerciële Revolutie vijf fundamenteën:

### 1. Klant Succes Portfolio

Hierdoor weet je concreet hoe je welke klantdromen faciliteert, hoe je nieuwe businessmodel er uitziet en is meteen duidelijk waarom jouw bedrijf bestaat

### 2. Social Selling – nieuwe klanten

Zet on- en offline social media en data in om je potentiële klanten beter te leren kennen en ze te verrassen op hun latente behoeften

### 3. Salesart-Experience

Ook wel klantdroom denken – bouw samen met de klant en zijn team aan hun organisatie en de realisatie van hun persoonlijke dromen op de meest bijzondere manier

### 4. Social Selling – huidige klanten

Zet on- en offline social media en data in om je huidige klanten beter te leren kennen en ze te verrassen op hun latente behoeften

### 5. Fan4Fan Excellence

Als jij je werk goed doet, is je klant je nieuwe verkoper die jaarlijks twee nieuwe relaties meeneemt

Door te werken met deze nieuwe commerciële blauwdruk ben je minder tijd kwijt aan traditioneel rondjes rijden, heb je een beter relevant netwerk, significant hogere conversieratio's, doe je eenvoudiger aan cross- en up sell, blijven klanten langer lid en komt meer dan 25% van je omzet van actieve fans. Wat zou dat voor jouw organisatie betekenen?

Als je wilt weten of je afvraagt wat de impact van dit alles op jouw organisatie kan zijn, geef dan je naam en mailadres door aan Femke Bilderbeek via [start@businesscontact.nl](mailto:start@businesscontact.nl). Want uitgeverij Business Contact stelt **vijf exemplaren** van De Commerciële Revolutie beschikbaar. Berkman bepaalt zelf wie een boek krijgt ... Maar weet wel: als je zijn kennis tot je neemt, kun je niet meer ontkennen dat je niet weet wat je moet doen om je organisatie significant te laten groeien.