



# **SALES CLUB TRAINEE HANDBOEK**

**JOUW RECEPT NAAR SUCCES**

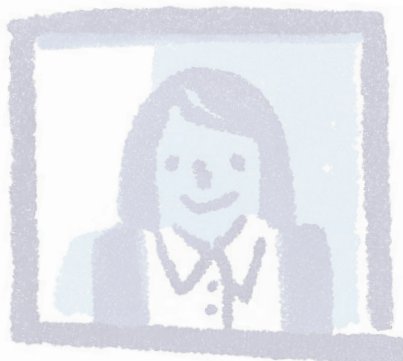


# DE EERSTE CHALLENGE

Je start als trainee. Om agent te worden moet je 5 sales halen in je eerste 10 dagen.

Zo werkt het: na elke sale maak je een foto en deel je die in de groepsapp.

Haal je 5 sales in 10 dagen? Dan word je agent en ontvang je je eigen Agent Handboek – met daarin jouw 5 foto's. 10 dagen. 5 sales. Word jij agent?





Beste Trainee,

Welkom in ons salesteam!

Je begint bij ons als zelfstandige ondernemer (zzp'er). Dat betekent dat jij zelf de regie hebt over je werk: je kiest voor vrijheid, eigen verantwoordelijkheid en de kans om te bouwen aan je eigen succes.

Dit kan aanvoelen als een nieuw avontuur. Je weet dat je er tijd en moeite in gaat stoppen, maar je vraagt je misschien af: hoe pak ik dit precies aan, en hoe zorg ik ervoor dat mijn gesprekken resultaat opleveren?

Het goede nieuws is: jij hoeft dit niet alleen te doen, wat je nodig hebt is een duidelijk recept.

Dit handboek is dat recept. Het geeft je de structuur, richtlijnen en handvatten om vanaf dag één sterk te starten. Je hoeft niet te gokken of te hopen dat het lukt, je krijgt precies de stappen waarmee al honderden agents resultaat hebben behaald.

Jij bent degene die waarde gaat creëren: voor je klanten, voor jezelf en voor je teamleden. Je leert hoe je klanten helpt, hoe je jezelf ontwikkelt en hoe je andere inspireert om hetzelfde te doen. Met jouw energie, enthousiasme en bereidheid om te leren, creëer jij straks elke dag waarde.

Wij helpen je daarbij, we geven je de kennis, de stappen en de begeleiding om die waarde te realiseren. Samen zorgen we ervoor dat jij groeit, vertrouwen krijgt en resultaten boekt. Gebruik dit handboek actief, stel vragen en zet de stap naar jouw succes.

**"Alles wat je aandacht geeft, groeit."**

Aaron van de Vlasakker

Aaron van de Vlasakker

# INHOUD

## INLEIDING

Het probleem  
Ons plan  
Het resultaat

**12**

12  
12  
13

## SALES TECHNIEKEN

Het recept  
De 3 succes pilaren  
S.E.E.  
Communicatie  
de 5 steps  
De pijn- en plezierbalans  
G.I.F.T.S.  
Painting the picture  
Blocking negatives  
Close technieken

**16**

16  
18  
19  
20  
22  
24  
26  
28  
30  
32

## WERKETHIEK

De 8 steps  
De 4 a's  
de 4 d's  
Checklist  
De ladder naar leiderschap  
Je pitch leren

**36**

36  
38  
39  
41  
42  
58

## DOELEN NOTES

**66  
70**



# INLEIDING

## HET PROBLEEM

Elke nieuwe trainee stelt zichzelf weleens de vraag: "Lukt dit mij? Wat als ik geen resultaat zie?" Zonder een plan voelt sales al snel als gokken: je probeert, hoopt op succes, maar mist richting. Dit handboek neemt dat gevoel weg. Het geeft je de structuur om met vertrouwen resultaat te boeken.

## ONS PLAN

In dit handboek vind je een helder stappenplan dat je direct kunt toepassen. Het is ons bewezen recept, een basis die werkt. Jij brengt daar je eigen stijl, energie en persoonlijkheid in. Zo maak je van onze aanpak jouw succesformule. Samen met je teamleader of leader, die deze systemen al kent en toepast, leer je stap voor stap hoe je succesvol wordt in het veld.



## HET RESULTAAT

Met dit handboek bouw je stap voor stap aan vertrouwen, duidelijkheid en succes. Je weet precies wat je moet doen, waarom het werkt en hoe je blijft groeien. Door actie te nemen en open te staan voor feedback, ontwikkel je jezelf tot een sterke, zelfstandige salesagent. Je gaat merken dat succes niet langer toeval is, het wordt het resultaat van jouw inzet en structuur.





# SALES TECHNIKEN

## HET RECEPT

Stel je voor: John de Bakker. Vijfentwintig jaar lang stond hij elke ochtend in zijn bakkerij. Hij probeerde, faalde, gooide mislukt beslag weg, begon opnieuw tot hij op een dag het perfecte recept vond. De cake was luchtig, precies zoet genoeg en iedere klant kwam terug voor meer.

Toen mensen hem vroegen wat zijn geheim was, glimlachte hij alleen. Want hij wist: het geheim zat niet in geluk, maar in zijn recept.

En nu de vraag: denk je dat jij, zonder dat recept, dezelfde cake zou kunnen bakken? Waarschijnlijk niet. Je zou eindeloos moeten experimenteren, gokken, en proberen te zoeken wat werkt.



In sales is dat niet anders. Zonder recept voelt elk gesprek als een gok. Je probeert wat zinnen, kijkt hoe iemand reageert en hoopt dat het lukt. Soms werkt het, maar meestal niet. Met het juiste recept daarentegen weet je precies wat je moet doen. Elke stap heeft een doel. Elk ingrediënt draagt bij aan het resultaat. Daardoor kun je keer op keer succesvol zijn.

Bij Sales Club is dat recept niet geheim. Het ligt gewoon in je handen. Alles wat je nodig hebt om te groeien in sales én als persoon vind je in dit handboek.

We beginnen bij de basis van dat recept: de drie succespilaren. Dit is het eerste systeem waarmee alles begint. Als deze drie pilaren goed gaan, bouwen we vanuit daar verder.

# DE 3 SUCCES PILAREN

Succes in sales komt niet uit toeval, maar uit structuur. De drie succespilaren vormen de basis van alles wat je doet in het veld. Wanneer je ze beheerst, heb je altijd richting, een oplossing en resultaat. Elk gesprek, elke dag begint hier. Gebruik dit systeem en je hebt dagelijks resultaat



## PITCH

Het kennen en toepassen van de 5 steps.

Het volledig kennen en begrijpen van je product zodat je weet waarvoor je staat en een expert bent.



## ATTITUDE

Houd een positieve houding dankzij je oplossend denkvermogen.

Zie uitdagingen waar anderen problemen zien.



## LAW OF AVERAGES (WET VAN GEMIDDELDEN)

Begrijp dat succes draait om aantallen: hoe meer deuren je aanraakt, hoe meer kansen je creëert.

Wees consistent in het gebruiken van de systemen.

# S.E.E.

Het eerste contact bepaalt alles. Met S.E.E. maak je direct een sterke indruk en win je vertrouwen vanaf de eerste seconde. Deze drie stappen helpen je om open, energiek en oprecht te zijn in elk gesprek. Wie S.E.E. beheerst, begint elk contact met verbinding en dat is waar succes start.



## SMILE

- Zorg dat je vriendelijk bent en een open uitstraling hebt.
- Maak een positieve eerste indruk door een glimlach.



## EYE CONTACT

- Bouw vertrouwen en zorg voor verbinding.
- Toon oprechte interesse en aandacht voor de klant.



## ENTHUSIASM

- Laat je energie en passie zien voor het product.
- Enthousiasme werkt aanstekelijk en verhoogt je geloofwaardigheid.

# COMMUNICATIE

Communicatie is een van de belangrijkste vaardigheden in het veld. Niet omdat je veel moet praten, maar omdat je duidelijk, betrouwbaar en zelfverzekerd moet overkomen op de klant.

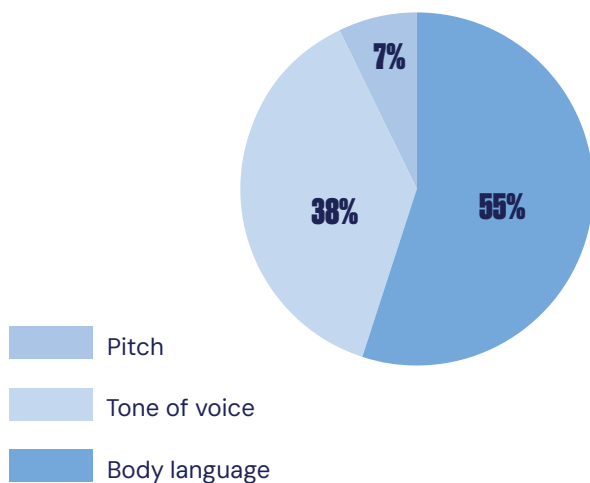
Een klant luistert niet alleen naar wat je zegt. Hij voelt hoe jij erbij staat, hoe je klinkt en hoeveel zekerheid je uitstraalt. Daarom begint overtuigen niet bij woorden, maar bij de juiste communicatie.

## WAT IS COMMUNICATIE?

Communicatie is het uitwisselen van informatie tussen jou en de klant. Je zendt informatie uit, maar je ontvangt die ook weer terug. Echte communicatie ontstaat pas wanneer beide mensen elkaar begrijpen. Je hebt twee oren en één mond, en dat is niet voor niets. Goed communiceren betekent dat je meer luistert dan praat, zodat je een open en waardevol gesprek creëert.

## JE PITCH (7%)

Je pitch is de basis van elk gesprek. Een duidelijke pitch geeft structuur, rust en richting. Wanneer jouw verhaal helder is, voelt de klant zelfvertrouwen.



## TONE OF VOICE (38%)

De manier waarop jij spreekt bepaalt hoe jouw boodschap binnenkomt. Variatie in intonatie laat zien dat je met aandacht spreekt. Een rustig tempo helpt de klant om je te volgen en begrijpen. Pauzes geven ruimte om de klant te laten nadenken en jouw volume bepaalt hoe krachtig je overkomt.

## BODY LANGUAGE (55%)

Je lichaam zegt vaak meer dan je woorden. Een open houding laat zien dat je toegankelijk en betrouwbaar bent. Door met je handen te laten zien wat je bedoelt, wordt jouw verhaal duidelijker en makkelijker te volgen. Je woorden krijgen pas betekenis wanneer je ze ook uitbeeldt. Je lichaamstaal moet hetzelfde verhaal vertellen als je woorden.

## SPIEGELEN

Mensen voelen zich comfortabel bij mensen die op hen lijken. Net zoals je op school vanzelf woorden overneemt of kleding gaat dragen zoals anderen, gebeurt dat in een gesprek ook. We vertrouwen sneller iemand die zich gedraagt zoals wij. In sales gebruik je dit door jezelf af te stemmen op de klant. Praat de klant rustig, dan verlaag jij je tempo. Is de klant energiek, dan ben jij dat ook. Gebruikt de klant bepaalde woorden, neem die dan over.



# DE 5 STEPS

Een goed gesprek heeft structuur. De 5 Steps zorgen ervoor dat je de juiste vragen stelt, goed luistert en alleen een oplossing biedt die echt past.

## STAP 1 INTRO

Doel: in de eerste 5 seconden wil je 5 minuten van de klant winnen.

- Maak een oprechte ijsbreker over de tuin, de hond of het weer.
- Stel jezelf kort voor en leg uit waarom je langskomt.
- Straal rust en enthousiasme uit.
- Zonder band met de klant geen sale.

## STAP 2 SHORT STORY

Doel: kwalificeren op de behoefte van de klant en twee pijnpunten vinden.

- Jij praat 30%, de klant praat 70%.
- Stel open vragen, luister, vat samen en vraag door.
- Vind minimaal twee pijnpunten.
- Geen match? Wees eerlijk.



## STAP 3 PRESENTATION

Doel: de twee pijnpunten oplossen.

- Koppel je oplossing aan wat de klant net heeft verteld.
- Houd het kort en simpel.
- Focus op het resultaat voor de klant.

## STAP 4 CLOSE

Doel: de klant helpen een keuze te maken.

- Vraag of de klant vragen heeft en beantwoord ze eerlijk.
- Leg uit wat de volgende stap is.
- Stel een close vraag: "Het enige wat u hoeft te doen is de monteur inplannen. Dat moet wel lukken toch?"
- Twijfelt de klant? Vraag waar de klant over twijfelt.

## STAP 5 REHASH

Doel: remember, everybody has a sale hidden.

- Vat samen wat jullie hebben afgesproken.
- Leg uit wat de klant kan verwachten.
- Vraag of de klant iemand kent die je ook kunt helpen.
- Bedank de klant voor zijn tijd en vertrouwen.



# DE PIJN- EN PLEZIERBALANS

Waarom koopt iemand iets? Simpel: om pijn te vermijden en plezier te krijgen. Zo werken wij mensen nu eenmaal. We rennen weg van wat ons pijn oplevert en we rennen naar wat ons blij maakt.

Als verkoper kun je dat in je voordeel gebruiken. Niet om te manipuleren, maar om te helpen. Want soms heeft een klant een hulp nodig om te zien wat het hem écht kost als hij blijft zitten waar hij zit.

## ZO WERKT HET IN DE PRAKTIJK

In de Intro bouw je een band op met de klant. Zonder die verbinding deelt iemand zijn problemen niet. Mensen openen zich pas als ze zich op hun gemak voelen.

In de Short Story ga je op zoek naar pijnpunten. Wat irriteert de klant? Waar ligt hij wakker van? Wat kost hem nu geld of tijd?

In de Presentation laat je zien hoe dat anders kan. Je maakt het plezier tastbaar. Niet door te zeggen dat het beter wordt, maar door te laten zien hoe het eruitziet als het probleem weg is.

En bij het closen? Dan leg je het naast elkaar. Niets doen betekent dat de pijn blijft. Kiezen betekent dat het plezier begint.

In de Rehash bevestig je het plezier. Laat de klant voelen dat hij de juiste keuze heeft gemaakt. En vraag of hij anderen kent die ook van deze pijn af willen.

## DIT KUN JE ZEGGEN

“Stel dat alle problemen hetzelfde blijven... hoe zou je je dan voelen?”

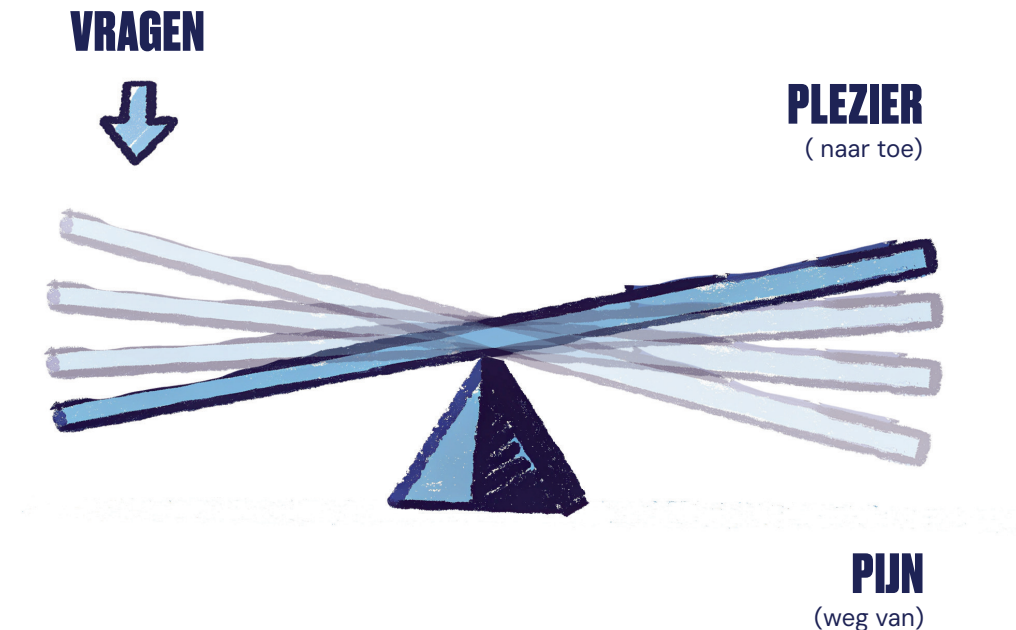
“En als dit gewoon opgelost is... wat zou dat voor je betekenen?”

## LEVERAGE

Leverage is het moment waarop de balans kantelt. Wanneer de klant voelt dat niets doen meer pijn doet dan veranderen. Dat moment creëer jij niet door te vertellen, maar door vragen te stellen.

Met de juiste vragen laat je de klant zelf voelen en ervaren wat het hem kost om te blijven waar hij is. En wat hij wint als hij kiest. Jij pusht niet, jij laat de balans vanzelf kantelen.

Hoe beter jouw vragen, hoe beter dat je gesprekken verlopen.



# G.I.F.T.S.

Soms reageert een klant niet echt op je verhaal. Dat komt niet doordat jij iets fout doet, maar omdat elke klant anders denkt en andere drijfveren heeft.

Met G.I.F.T.S. leer je die motivaties herkennen, zodat je precies weet hoe je de klant kunt raken. Zo wordt elk gesprek voorspelbaarder, effectiever en afgestemd op het type klant dat je tegenover je hebt.

## GREEDY

- Speel in op wensen en behoeftes zoals besparing of korting.
- Mensen willen graag iets unieks of speciaals hebben.

## INDIFFERENCE

- Wees zelfverzekerd en straal uit dat je niet afhankelijk bent van deze ene sale.
- Voorkom dat je wanhopig of hongerig overkomt.

## FEAR OF LOSS

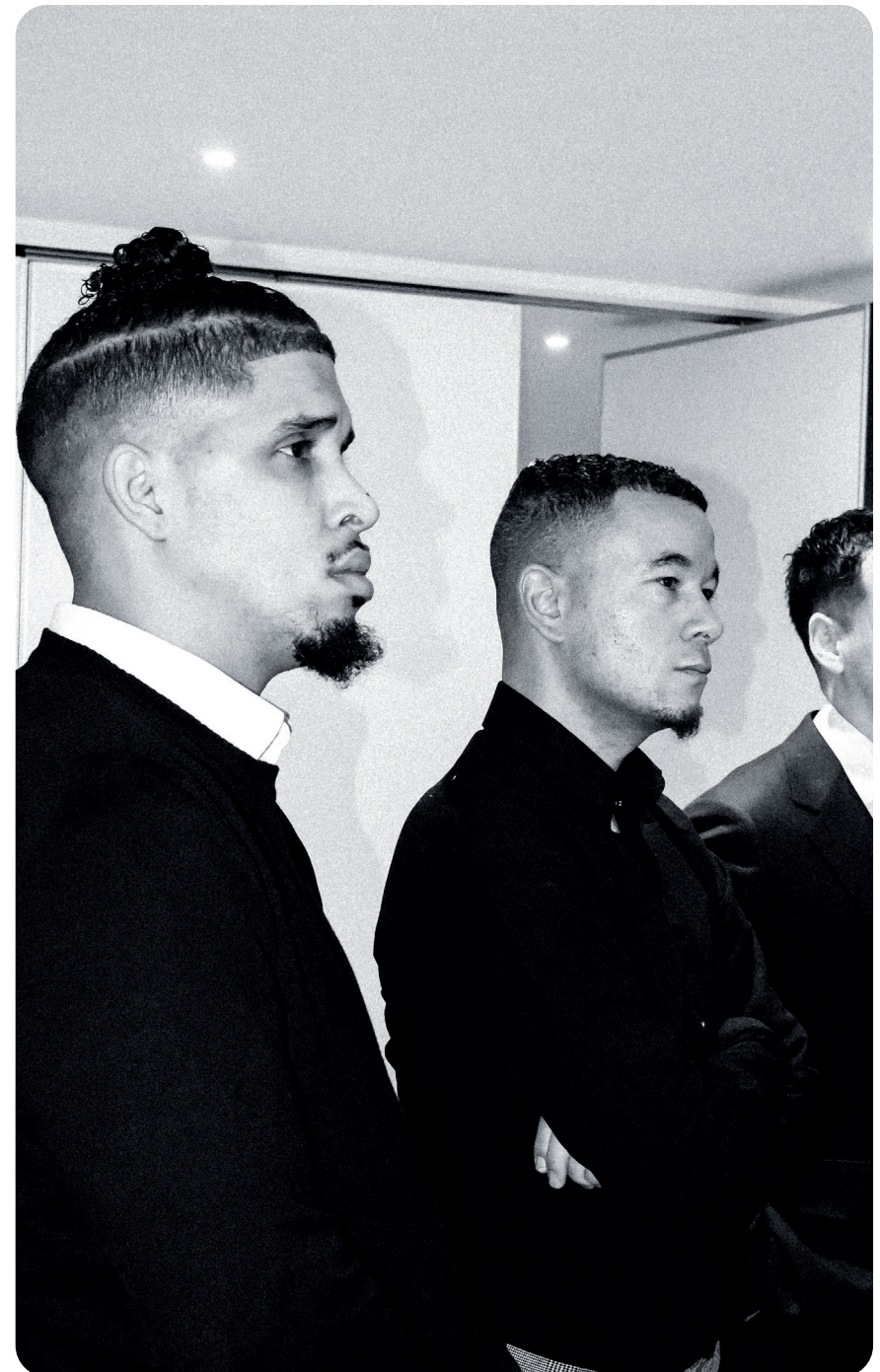
- Geef aan dat je een exclusief aanbod hebt voor een selectieve wijk.
- Mensen handelen sneller wanneer ze denken iets te kunnen mislopen.

## THEORY OF JONES

- Laat zien dat anderen buien in de wijk het product ook hebben aangeschaft.
- Mensen vertrouwen op sociale bewijskracht en volgen graag het voorbeeld van anderen.

## SENSE OF URGENCY

- Succesvolle mensen hebben het altijd heel druk, zorg ervoor dat je altijd overkomt als een succesvolle verkoper die wegens drukte niet veel tijd heeft om te verdelen.
- Geef aan waarom nú het beste moment is om te kopen.



# PAINTING THE PICTURE

Klanten zien vaak niet direct hoe jouw product hun leven beter maakt. Met Painting the Picture maak je dat wél zichtbaar.

Onthoud: je verkoopt nooit de reis, maar de vakantie. Niet het vliegtuig, maar het strand met de cocktail. Laat de klant inzien welk voordeel ze krijgen als ze het product aanschaffen. Zorg dat de klant niet denkt aan veranderingen, maar juist aan het positieve eindresultaat.



# MAAK HET TASTBAAR

Laat de klant zelf tastbaar maken waar ze last van hebben en hoe je dat kunt oplossen. Stel vragen die hen laten nadenken over hun frustratie en hoe het beter kan.

## Voorbeeld:

"U gaf net aan dat het internet regelmatig wegvalt. U krijgt 2 wifiboosters kosteloos. Waar zou u die het liefst laten installeren?"

# MAAK HET VISUEEL

Laat de klant zelf bedenken wat het voordeel oplevert. Stel een open vraag die hen laat visualiseren. Zo wordt het persoonlijk en echt.

## Voorbeeld:

"U mag €300 minder betalen aankomend jaar. Waar zou u dat graag aan besteden?"

# BLOCKING NEGATIVES

Een “nee” klinkt lastig, maar betekent zelden dat de klant echt niet geïnteresseerd is. Vaak is het simpelweg nog niet duidelijk genoeg wat je aanbiedt, of ontbreekt er vertrouwen.

## 1. GELIJK GEVEN

Erken het standpunt van de klant zonder de discussie aan te gaan. Daarmee laat je zien dat je luistert en begrip toont.

**Voorbeeld:** “Ik snap wat u bedoelt, veel klanten dachten in eerste instantie hetzelfde.”



## 2. JA-VRAAG STELLEN

Stel een vraag waarop de klant makkelijk “ja” kan antwoorden. Zo houd je de klant in een positieve, meedenkende houding.

**Voorbeeld:**  
“Het is ook goed van u dat u niet zomaar overal mee akkoord gaat, toch?”

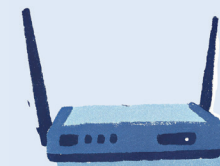


Met Blocking Negatives leer je dat een “nee” geen afwijzing hoeft te zijn, maar een kans om beter uit te leggen wat je bedoelt en vertrouwen op te bouwen. Je haalt de spanning uit het gesprek, blijft positief en brengt de klant stap voor stap dichterbij een “ja”.

## 3. IMPULSEN

Gebruik impulsen om vertrouwen te creëren en de klant gerust te stellen. Je kunt hiervoor alle impulsen gebruiken, zoals Greedy, Indifference, Fear of Loss, Theory of Jones of Sense of Urgency.

**Voorbeeld (Theory of Jones):**  
“We waren net bij uw burens en die bespaarde €430 in totaal. Daarnaast kregen ze stabiel internet.”



## 4. CLOSEN

Herhaal kort de oplossing voor de pijnpunten van de klant en stel opnieuw een close-vraag.

**Voorbeeld:**  
“Het enige wat u daarvoor hoeft te doen is een monteur inplannen, dat moet wel lukken toch?”



# CLOSE TECHNIEKEN

Mensen zijn niet gewend om keuzes te maken. Vanaf jongs af aan worden beslissingen voor ons gemaakt. Je ouders kiezen je school, je sport, wat je eet en zelfs je kleding. En vaak is dat helemaal niet erg. Als mijn moeder appt dat ik dit weekend bij haar kom eten, ben ik blij dat ik zelf niks hoeft te bedenken.

Om die reden vinden veel klanten eigen keuzes maken lastig. Ze twijfelen, stellen uit en wachten tot iemand anders richting geeft. In sales ben jij die richting. Jij helpt de klant een keuze te maken die altijd in zijn voordeel is. Tijdens het maken van een sale kan jij die richting bieden

Met de juiste closetechniek haal je twijfel weg en zorg je voor een duidelijk antwoord. Gebruik de technieken op de pagina hiernaast om soepel en zelfverzekerd te closen.

## ASSUMPTIVE CLOSE

Ga ervan uit dat de klant al akkoord gaat.

### Voorbeeld:

“Het enige wat u hoeft te doen is een monteur inplannen, dat moet wel lukken, toch?”

## ALTERNATIVE CLOSE

Geef de klant een keuze waarbij beide opties positief uitpakken.

### Voorbeeld:

“Zullen we hiervoor even het hoekje van de tafel gebruiken? Schoenen aan of uit?”

## SILENCE CLOSE

Vertel een positief voordeel en blijf stil, zodat de klant de stilte zelf invult met een akkoord. Laat de klant praten en zo zelf de beslissing nemen.





# WERKETHIEK

## DE 8 STEPS



### 1. HAVE A GREAT ATTITUDE

- Think big.
- Your attitude is your ability to solve problems.
- Be a problem solver, not a problem creator.



### 2. BE ON TIME

- If you're not early, you're late.
- Time is money.



### 3. BE PREPARED

- Be proactive, not reactive.
- Plan ahead and be organised.
- Are you on top of your situation?



### 4. WORK YOUR TERRITORY CORRECTLY

- Law of averages (It's a numbers game).
- Don't pre-judge, give everyone 100%.



### 5. DON'T LOSE YOUR ATTITUDE

- Every no brings you closer to a yes.
- Think about your goals, see the bigger picture.



### 6. WORK 8 HOURS

- Or as long as it takes, to reach your goals.
- Push the extra mile, success is hitting goals.
- 100% in = 100% out, 99% in = 0% out.



### 7. GOALS

- Have goals, then put them into practice.
- Without goals there is nothing to achieve.



### 8. TAKE CONTROL

- Take control over yourself and your future.
- Focus on your goals, stick to your goals.

# DE 4 A'S

Alles begint bij actie. Als je doet wat werkt, komt er resultaat. Dat resultaat geeft je vertrouwen en versterkt je mindset. En zodra je mindset sterk wordt, verandert je omgeving mee. Dan is succes niet iets wat je hoopt, maar iets wat je elke dag creëert.



## 1. ACTION

Doe de acties die écht resultaat geven.

## 2. ACHIEVEMENT

Maak van ieder resultaat een stap vooruit.



## 3. ATTITUDE

Denk in oplossingen en blijf positief.

## 4. ATMOSPHERE

Creëer een sfeer waarin succes vanzelf volgt.



# DE 4 D'S

Iedereen kan starten, maar niet iedereen houdt vol. Verlangen geeft je een reden. Doorzettingsvermogen helpt als het tegenzit. Toewijding houdt je gefocust. En discipline zorgt ervoor dat je het ook doet op dagen dat je geen zin hebt. Zo win je op lange termijn.

## 1. DESIRE

Hoe sterk is je wil om te winnen?



## 2. DETERMINATION

Hoe ver ga je om je doel te bereiken?

## 3. DEDICATION

99% in = 0% out.  
100% in = 100% out.



## 4. DISCIPLINE

Wat ben je bereid te laten voor je succes?

# S.M.A.R.T.

Zonder duidelijke doelen voelt sales als werken zonder richting. Je doet veel, maar je weet niet waarvoor. Daardoor raak je snel gefrustreerd of geef je eerder op.

Met heldere doelen krijg je juist focus en motivatie. Je weet waarom je elke dag op pad gaat, en elke actie brengt je dichterbij je resultaat. Daarom geldt: zonder doel heeft het hele recept geen zin. Met S.M.A.R.T. maak je doelen concreet, haalbaar en meetbaar:

## SPECIFIEK

Wat wil je precies bereiken?

## MEETBAAR

Hoe volg je je voortgang?

## ACCEPTABEL

Waarom is dit doel belangrijk voor jou?

## REALISTISCH

Kun je dit doel echt halen met wat je nu hebt?

## TIJDGEBONDEN

Wanneer wil je dit doel bereikt hebben?



# CHECKLIST

- ☐ DE 3 SUCCES PILAREN
- ☐ S.E.E.
- ☐ COMMUNICATIE
- ☐ DE 5 STEPS
- ☐ DE PIJN- EN PLEZIERBALANS
- ☐ G.I.F.T.S.
- ☐ PAINTING THE PICTURE
- ☐ BLOCKING NEGATIVES
- ☐ CLOSE TECHNIKEN
- ☐ DE 8 STEPS
- ☐ DE 4 A'S
- ☐ DE 4 D'S
- ☐ S.M.A.R.T.



# DE LADDER NAAR LEIDERSCHAP

Gemiddeld blijven voelt veilig, maar levert je weinig op: geen groei, geen verantwoordelijkheid en geen echte voldoening. Bij Sales Club draait alles om groeien. Iedere stap omhoog op de ladder geeft je meer resultaat, meer verantwoordelijkheid en meer impact.

Hoe hoger je komt, hoe meer je kunt teruggeven wat jij zelf hebt gekregen. Dat is het ultieme doel: blijven ontwikkelen, anderen helpen en daardoor echt geluk vinden.



**BUSINESS OWNER**

**MANAGEMENT**

**TEAMLEADER**

**ASSISTENT TEAMLEADER**

**LEADER**

**AGENT**

**TRAINEE**



# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

01

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

02

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

03

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

04

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

05

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

06

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

07

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

08

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

09

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# DAGREFLECTIE

DATUM: \_\_\_\_\_

10

Hoeveel uur heb je gelopen? \_\_\_\_\_

Hoeveel sales heb je gemaakt? \_\_\_\_\_

Wat was je conversie? \_\_\_\_\_

Wat waren je gemiddelde afboekingen vandaag? \_\_\_\_\_

Hoeveel deuren deden gemiddeld open? \_\_\_\_\_

**Wat ging goed vandaag?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Wat kan beter en waarom?** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Wat heb je geleerd van deze dag in het veld? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Welke systemen heb je bewust toegepast? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Trainee:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**Feedback Teamleader:** \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## DE WEGSTREEP-METHODE

## ZO WERKT HET:



## 2 LEES HET HARDOP VOOR

### 3 STREEP ÉÉN WOORD WEG

## 4 HERHAAL DIT PROCES

## 5 DE EINDTEST

Aan het einde kijk je naar een volledig doorgestreepte pagina en ken je je pitch foutloos uit je hoofd.

Je hoeft niet meer na te denken over wat je moet zeggen.  
Daardoor kun je je volledig richten op de klant. En dát is waar de sale plaatsvindt.

This image shows a blank sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.







# DOELEN

Schrijf hieronder jouw twee belangrijkste doelen uit, één privé en één zakelijk, en werk ze concreet uit. Een doel is pas krachtig als je helder weet wat je wilt, waarom je het wilt en wat je bereid bent ervoor te doen.

1. Wat wil je precies bereiken?
2. Wat ben je bereid ervoor te doen of te laten?
3. Wanneer wil je dit doel bereikt hebben?
4. Wat is je dagelijkse actieplan?
5. Schrijf het doel op alsof je het al hebt bereikt.
6. Lees het elke ochtend en avond hardop voor jezelf.

## Mijn privédoel:

---

---

---

---

---

---

---

## Mijn zakelijk doel:

---

---

---

---

---

---

---

## Wat ik bereid ben te doen of op te geven om dit te bereiken:

---

---

---

## Deadline:

---

---

---

## Dagelijkse actie:

---

---

---

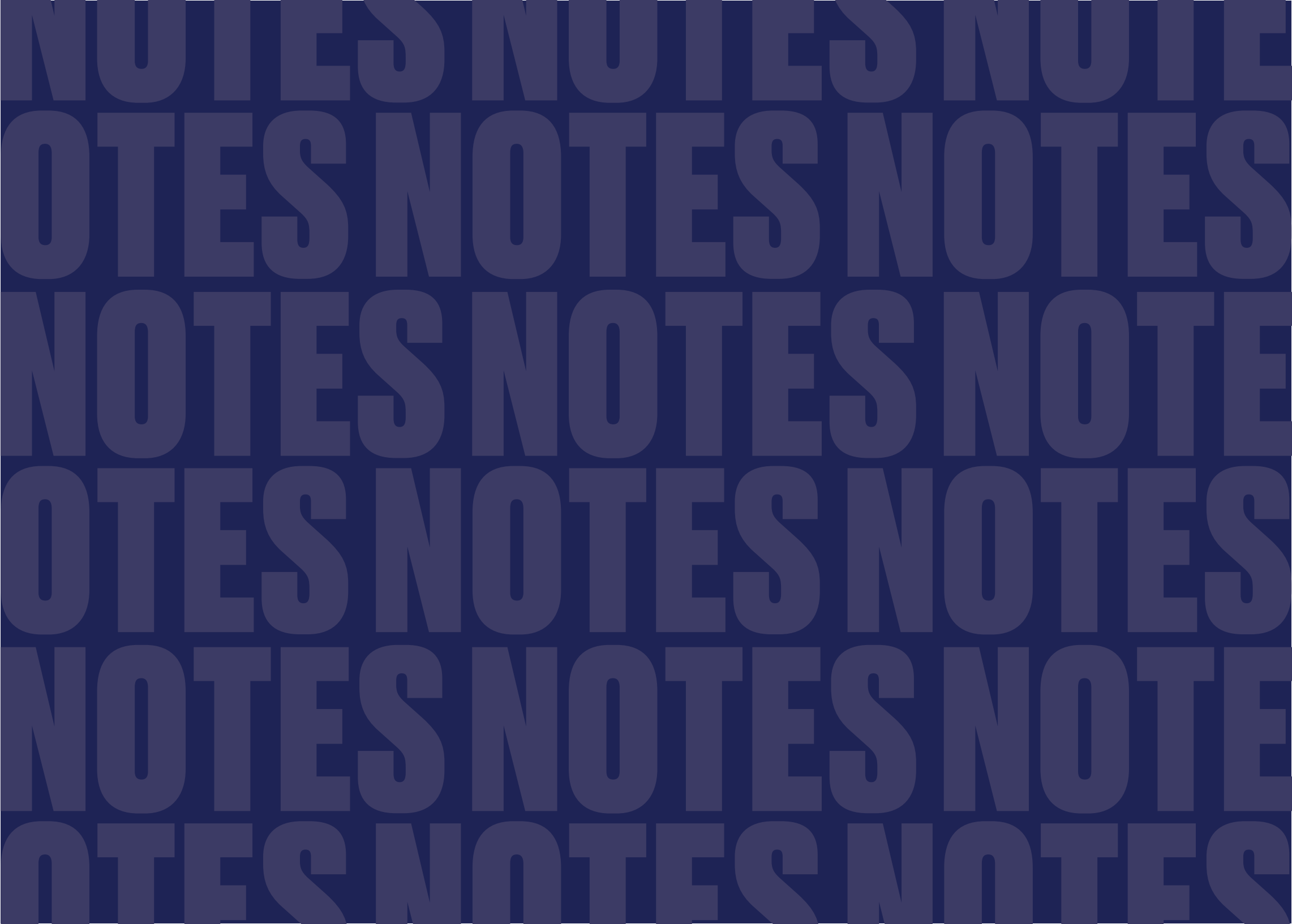
## Mijn affirmatie (ik heb het al bereikt):

---

---

---





# NOTES

Nieuwe kennis is als een bord eten: je eet het niet in één hap, maar hapje voor hapje. Zo werkt leren ook. Je neemt het tot je, je verwerkt het en je past het toe.

De volgende pagina's zijn precies daarvoor. Niet om zomaar te vullen, maar om later naar terug te keren. Elke notitie is een hap kennis die

je kunt toepassen in het veld. Onthoud: kennis die je niet toepast, is waardeloos. Kennis die je opschrijft én toepast, zorgt voor succes.

Wie schrijft, die blijft.

# E-LEARNING



*Wil je meer leren?  
check onze e-learning*



Blank lined area for writing.

*"Alles wat je aandacht geeft, groeit."*

"Iedereen Kan enthousiast beginnen, bijna niemand houdt het vol. Bewijs dat jij anders bent."

Lined area for writing.

*"Motivatie verdwijnt, maar discipline blijft."*

Lined area for writing notes.

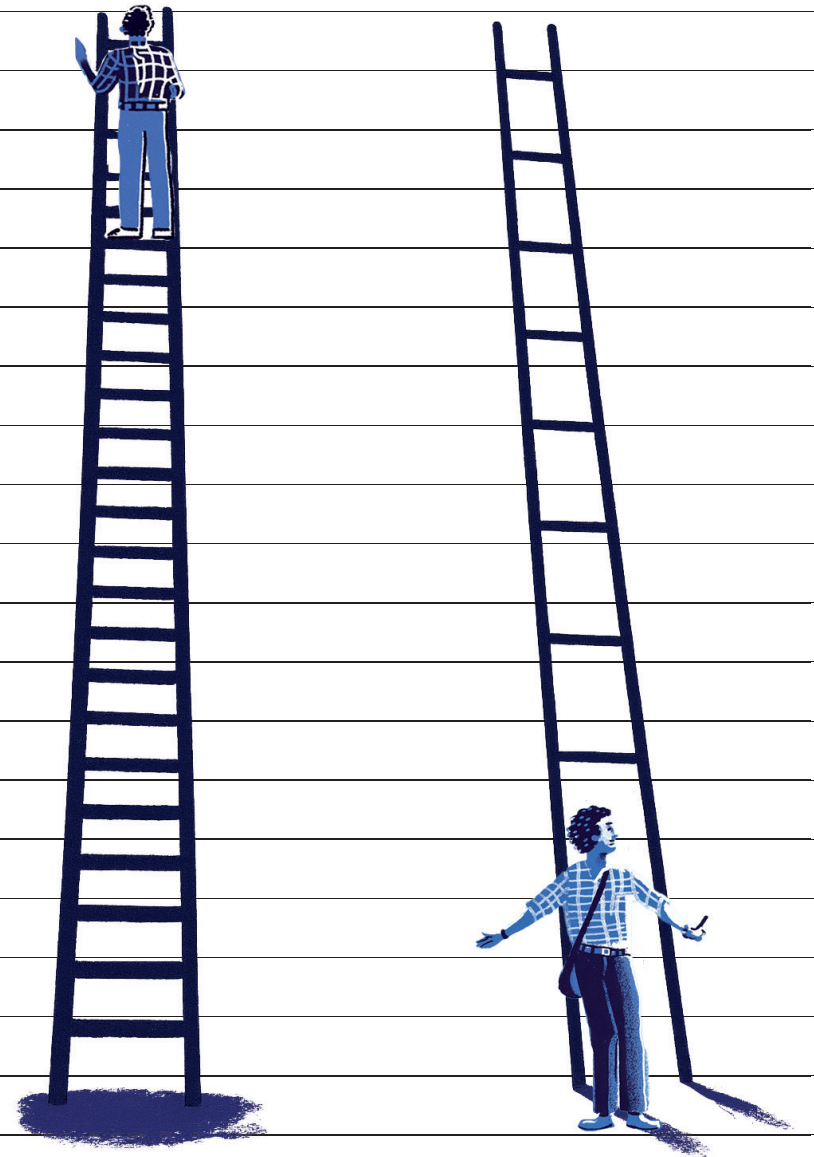
*"99% in = 0% out. 100% in = 100% out."*

*"Zonder doel heeft het recept geen zin."*

Blank lined area for writing.

*"Don't lose your attitude"*

*Sometimes the biggest growth comes  
from the smallest steps*







Dit handboek is een uitgave van :  
**Sales Club B.V**

Geschreven door: Aaron van de Vlasakker  
Ontworpen door: Bas van de Vlasakker

© 2025 Sales Club. Alle rechten voorbehouden.