

## Gespreksvoorbereiding

Template om elk klantgesprek voor te bereiden

Bereid je voor op begrijpen,  
niet op wat je gaat zeggen.

Wanneer

Vóór elk gesprek

Aanpak

Vóór · tijdens · ná

Doel

Een gesprek dat luistert

# Gespreksvoorbereiding

*Voorbereiden op wat je wilt begrijpen — niet op wat je wilt zeggen. Vóór elk klantgesprek.*

*“Wie zich voorbereidt op zijn eigen verhaal, hoort het verhaal van de ander niet meer.” — Oscar Advisory*

De meeste mensen bereiden een gesprek verkeerd voor. Ze oefenen wat ze gaan zeggen: hun pitch, hun aanbod, hun antwoorden op lastige vragen. Dat voelt als goed voorbereid zijn, maar het is precies wat een gesprek dichttimert. Want zolang jouw hoofd vol zit met je eigen tekst, is er geen ruimte om te horen wat de ander werkelijk bedoelt.

Goede voorbereiding draait om iets anders: weten wat je aan het eind begrepen wilt hebben. Niet welke woorden je gaat gebruiken, maar welke vragen je beantwoord wilt zien. Je gaat het gesprek in met een leeg hoofd en een scherpe nieuwsgierigheid — en je legt je oplossing bewust even bij de deur. Je kunt hem altijd nog ophalen.

## Waarom dit het verschil maakt

Een gesprek dat goed voorbereid is op begrip, loopt vanzelf soepeler. Je stelt betere vragen, je luistert echt, en de klant voelt dat. Dat gevoel — “deze persoon snapt me” — is waar vertrouwen ontstaat, en vertrouwen is waar beslissingen vallen. Vijf minuten voorbereiding op de juiste dingen bespaart je een half gesprek aan misverstanden.

**Wat de praktijk laat zien:** In een goed gesprek praat de klant ongeveer zestig procent van de tijd en jij veertig. Wie zich voorbereidt op luisteren in plaats van zenden, draait die verhouding vanzelf de goede kant op.

## Drie dingen die je meeneemt

1. Je nieuwsgierigheid — waar ben je oprecht benieuwd naar bij deze persoon of dit bedrijf? Niet wat je moet vragen, maar wat je echt wilt weten.
2. Je openingsvraag — één open vraag die het gesprek opent op het niveau van de mens, niet de transactie.
3. Je lege hoofd — de bewuste keuze om je oplossing, je aannames en je oordeel even te parkeren.

### VOORBEELD — De technische professional

Een engineer bereidde vroeger zijn demo tot in detail voor en ratelde die af zodra hij binnen was. De klant knikte beleefd en het bleef bij één gesprek.

Nu schrijft hij vooraf drie dingen op: wat weet ik al, wat wil ik begrijpen, en welke neiging moet ik onderdrukken (bij hem: te vroeg de oplossing schetsen). Dat laatste briefje veranderde alles — hij hield zijn mond langer dicht, en de klant vertelde wat er écht speelde.

**Probeer dit:** Adem één keer rustig uit vlak voordat je naar binnen gaat, en zeg in jezelf: “Ik hoef nu niets te verkopen. Ik hoef alleen te begrijpen.” Het klinkt klein. Het verandert je hele houding.

| Contactpersoon | Bedrijf |
|----------------|---------|
|                |         |

| Datum + tijd | Verwachte fase (1-6) |
|--------------|----------------------|
|              |                      |

### Vóór

Wat weet ik al over hun situatie?

---

---

Mijn openingsvraag (open, over hén):

---

---

Welke neiging moet ik onderdrukken?

---

---

Drie vragen die ik zeker wil stellen:

1.

---

2.

---

3.

---

Wat wil ik aan het eind van dit gesprek begrepen hebben?

---

Ná

Wat heb ik geleerd — wat is hun échte probleem?

---

---

Wat raakte hen het meest?

---

---

Mijn concrete volgende stap, en wanneer:

---

---

Sein voor deze kans — Groen / Oranje / Rood (omcirkel) + reden:

---

**Hoort bij het werkboek:** hoofdstuk 3 (Discovery) en het bonus-hoofdstuk "Luisteren als instrument — vóór, tijdens, ná".