

# Uitgebreide invulinstructie voor het BOTSAUTO Gespreksverslag

Dit gespreksverslag dient als een essentiële tool om jouw gesprekken met potentiële opdrachtgevers systematisch en volledig vast te leggen. Door de BOTSAUTO-methodiek consequent toe te passen in dit verslag, borg je een gestructureerde en doordachte aanpak. Bovendien fungeert deze instructie als een geheugensteuntje om ervoor te zorgen dat je elk BOTSAUTO-gesprek optimaal benut. Invulinstructie: Vul elke sectie zorgvuldig in met de relevante informatie. Verwijder de invulinstructies (cursief en grijs gearceerd weergegeven) voordat je het verslag deelt met de potentiële opdrachtgever. Zorg ervoor dat alle informatie correct en volledig is ingevuld, en dat je duidelijk communiceert wat de volgende stappen zijn. Gebruik deze template als leidraad voor een gestructureerd en professioneel gespreksverslag.

## Bezoek- c.q. gespreksverslag: [Titel van het verslag]

Formuleer een titel die in één oogopslag weergeeft waar het gesprek over ging. Vermijd vage titels en wees specifiek. Een goed voorbeeld: "Strategisch gesprek over digitale transformatie met [Opdrachtgever]".

### Inleiding

- **Datum:** [dag-maand-jaar]

Vul de exacte datum in (dag-maand-jaar). Dit helpt om het gesprek chronologisch in te passen in de salescyclus.

- **Deelnemers [potentiële opdrachtgever]:**
  - [naam contactpersoon] - [functietitel]
  - [naam contactpersoon] - [functietitel]

Vermeld alle aanwezigen aan de kant van de opdrachtgever, inclusief hun functietitel. Dit helpt bij stakeholdermanagement.

- **Deelnemers BOTSAUTO:**
  - [naam contactpersoon] - [functietitel]
  - [naam contactpersoon] - [functietitel]

Vermeld jouw eigen teamleden en hun rol in het gesprek. Dit kan ook een interne referentie zijn om op te volgen wie verantwoordelijk is voor welke actiepunten.

Waarom is dit belangrijk? Een goed overzicht van deelnemers zorgt ervoor dat je bij vervolgspraken de juiste mensen betreft en hun rollen niet vergeet.

### Hoofddoel van het gesprek

[Beschrijf hier het hoofddoel van het gesprek.]

Wat vul je in? Beschrijf helder wat de kernreden van het gesprek was. Dit is vaak gerelateerd aan de specifieke fase binnen de BOTSAUTO-methodiek. Bijvoorbeeld:

Vorbereiding: Het kwalificeren van de opdrachtgever en het vaststellen van de kernbehoefte.

Verdieping: Het blootleggen van onderliggende uitdagingen en blinde vlekken door middel van de 2 O's (Oplossing en Originaliteit & Opbrengst).

### Inzicht in behoeften en uitdagingen

[Van 'Oplossing', 'Originaliteit & Opbrengst' naar de ware aard, weerslag en waarde. Beschrijf wat de potentiële opdrachtgever werkelijk nodig heeft en welke specifieke resultaten de potentiële opdrachtgever wil bereiken. Beschrijf daarbij ook de blinde vlekken en ongeziene uitdagingen.]

- **Essentiële behoeften:**
  - [Ware aard: Beschrijf de kernbehoefte of uitdaging van de potentiële opdrachtgever. Wat is het primaire probleem of de situatie waarmee ze te maken hebben?]
- **Impact analyse:**
  - [Weerslag: Analyseer de impact van het probleem op de potentiële opdrachtgever en de bredere markt. Wat zijn de directe en indirecte gevolgen, zowel op korte als lange termijn?]
- **Verwachte waarde:**

- [Waarde: Beschrijf de waarde die de potentiële opdrachtgever zoekt. Wat zijn hun verwachtingen met betrekking tot de oplossing van dit probleem? Welke rol ziet de opdrachtgever voor jouw bedrijf hierin?]

*Dit is een van de belangrijkste secties en vereist een diepgaande analyse. Volg de BOTSAUTO-strategie:*

*Waarde: Wat is het echte probleem van de opdrachtgever? Vaak is het niet wat ze in eerste instantie aangeven. Door door te vragen, ontdek je de kernbehoefte.*

*Weerslag: Wat zijn de gevolgen van het probleem voor de opdrachtgever? Denk aan financiële, strategische en operationele impact.*

*Waarde: Welke resultaten wil de opdrachtgever bereiken? Dit helpt om te bepalen hoe jouw oplossing waarde kan toevoegen.*

*Tip: Gebruik hier Socratische vragen om de opdrachtgever zelf tot inzicht te laten komen.*

### Samenvatting van de kernvraag

[Formuleer de centrale vraag of uitdaging van de potentiële opdrachtgever, feitelijk een samenvatting van de 3 W's.]

*Formuleer de centrale vraag zo specifiek mogelijk. Dit moet een kort en krachtig statement zijn waarin de 3 W's samenkomen. Een voorbeeld:*

*Hoe kunnen we de operationele efficiëntie met minimaal 20% verbeteren zonder concessies te doen aan de klantervaring?*

### Onze visie en aanpak

- **Visie op de kernvraag:**

- [Geef jouw perspectief op de kernvraag en de beste aanpak om deze aan te pakken.]

*Visie op de kernvraag: Hier geef je jouw professionele kijk op de uitdaging van de opdrachtgever. Gebruik hiervoor jouw expertise binnen de BOTSAUTO-methodiek.*

### Onderbouwing van onze visie en aanpak

[Bewijs door SSS (Stelling, Steun, Succes)]

- **Hoofdstelling:**

- [Stelling: Presenteer jouw hoofdstelling of hypothese. Wat is de kern van je argument of voorstel?]

- **Onderbouwing:**

- [Steun: Onderbouw de stelling met feiten, gegevens en eerdere successen. Welke bewijzen en resultaten ondersteunen jouw hoofdstelling of hypothese?]

- **Verwachte resultaten:**

- [Succes: Beschrijf de verwachte resultaten en succesverhalen. Wat zijn de concrete voordelen en positieve uitkomsten die je verwacht te behalen?]

*Onderbouwing via SSS (Stelling, Steun, Succes):*

*Stelling: Formuleer een sterke, gefundeerde hypothese.*

*Steun: Gebruik data, marktinzichten of eerdere successen als onderbouwing.*

*Succes: Wat zijn de concrete voordelen als de opdrachtgever met jouw aanpak in zee gaat?*

### Aanvullend onderzoek en voorwaarden voor vervolg

- **Punten voor verdere verkenning:**

- [VVV-1: Verdere Verkenning Vereist (Onbekende/Onderbelichte gebieden): Identificeer gebieden die extra aandacht nodig hebben, en stel een initiële aanpak voor onderzoek of oplossing voor.]

- **Voorwaarden voor vervolg:**

- [VVV-2 (Voorwaarde Voor Vervolg op basis van VVV-1): Omschrijf de voorwaarden die moeten worden vervuld om verder te kunnen gaan met de potentiële opdrachtgever. Deze voorwaarden

kunnen gericht zijn op het adresseren van eventuele onbekende en/of onderbelichte gebieden of het versterken van de bewijsvoering door SSS. Denk hierbij aan voorwaarden zoals een referentiebezoek, een demonstratie, of een combinatie hiervan. Het relateren van deze voorwaarden aan jouw visie op de kernvraag maakt ze bijzonder krachtig.]

VVV-1: Verdere Verkenning Vereist: Welke gebieden zijn nog onderbelicht en moeten verder worden onderzocht?

VVV-2: Voorwaarde Voor Vervolg: Welke concrete stappen moet de opdrachtgever zetten voordat jullie samen verder kunnen?

Tip: Formuleer deze voorwaarden zo dat ze leiden tot een commitment van de opdrachtgever.

### **Vervolgstappen/actiepunten**

[Beschrijf het gedetailleerde plan voor vervolgstappen, inclusief het plannen van bijvoorbeeld een workshop, vervolgvergadering of referentiebezoek. Maak een lijst met concrete acties, toegewezen verantwoordelijken en deadlines.]

Specificeer exact wat er moet gebeuren, door wie en binnen welke termijn.

Benoem expliciet wie eigenaar is van welk actiepunt.

Geef aan welke middelen of informatie nodig zijn voor de volgende stap.

### **Afsluiting**

[Vat de belangrijkste punten samen en bevestig het wederzijds begrip en de gemaakte afspraken.]

Vat de kernpunten samen.

Bevestig de wederzijdse verwachtingen.

Leg vast hoe en wanneer je opvolging doet.

### **Besproken punten (per BOTSAUTO-categorie)**

**Let op:** In dit onderdeel is zoveel mogelijk informatie verwerkt die tijdens het gesprek aan bod is gekomen. Het is echter een dynamisch proces en daarom nog niet volledig. De VVV (Voorwaarde voor vervolg), vervolgstappen, en actiepunten zijn nodig om het geheel te completeren.

#### **1. Budget:**

- [Overzicht van budgettaire besprekingen: Inzicht in budget, goedkeuringsprocedures, en strategische allocatie van middelen voor maximale impact.]

#### **2. Oplossing:**

- [Gedetailleerde beschrijving van besproken oplossingen: Diepgaand begrip van klantuitdagingen en gevraagde en/of gewenste strategische oplossingen.]

#### **3. Tegenstand & Tegenwerping:**

- [Samenvatting van geïdentificeerde uitdagingen of bezwaren.]

#### **4. Situatie & Schaalgrootte:**

- [Analyse van de huidige situatie en toekomstperspectief.]

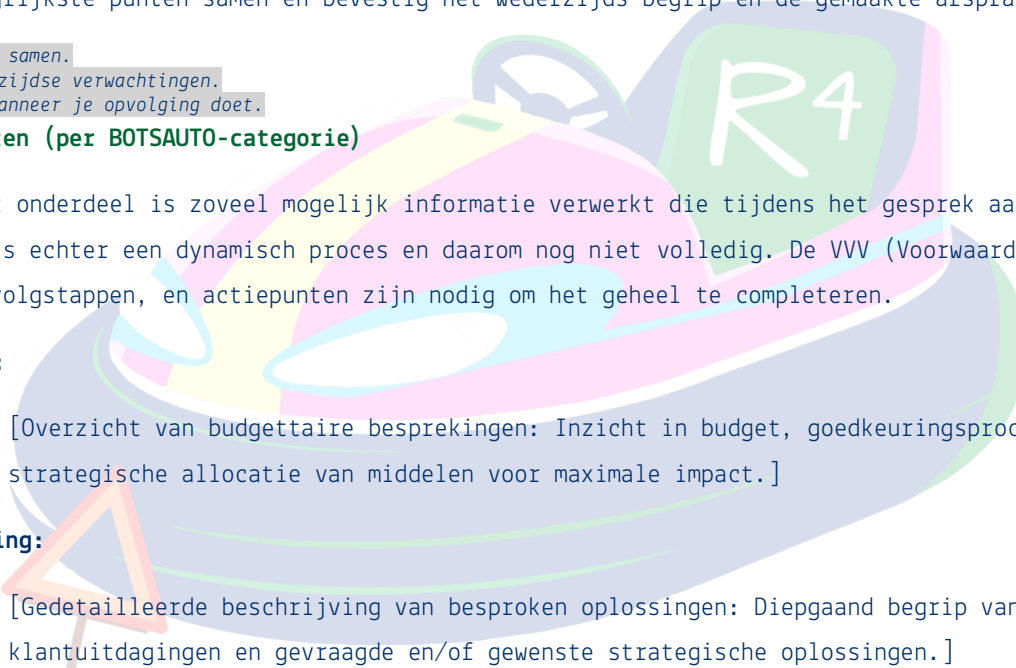
#### **5. Autoriteit:**

- [Identificatie van besluitvormers en beïnvloeders.]

#### **6. Urgentie:**

- [Begrijp tijdsdruk en benadruk impact en ROI voor versnelde besluitvorming.]

#### **7. Tijdschema & Terging:**



- [Beoordeling van de tijdssensitiviteit en prioritering.]

## 8. Originaliteit & Opbrengst:

- [Discussie over de unieke waarde en verwachte resultaten.]

Vat de belangrijkste inzichten uit het gesprek onder de BOTSAUTO-bouwstenen:

Budget: Heeft de opdrachtgever budget? Wat zijn de financiële goedkeuringsprocessen?

Oplossing: Hoe sluit jouw oplossing aan op de uitdagingen van de opdrachtgever?

Tegenstand & Tegenwerping: Welke bezwaren kwamen naar voren en hoe kun je deze wegnemen?

Situatie & Schaalgrootte: Wat is de omvang van het probleem en hoe schaalbaar is de oplossing?

Autoriteit: Wie heeft de beslissingsbevoegdheid en welke stakeholders beïnvloeden het proces?

Urgentie: Hoe urgent is de uitdaging en wat zijn de tijdslijnen?

Tijdschema & Terging: Welke prioriteit krijgt dit project?

Originaliteit & Opbrengst: Wat maakt jouw oplossing uniek en wat levert het de opdrachtgever concreet op?

Door deze instructie als leidraad te gebruiken, zorg je ervoor dat je jouw gespreksverslagen consistent en impactvol invult. Dit document helpt je niet alleen om informatie vast te leggen, maar ook om sterker en overtuigender voor de dag te komen in je verkoopgesprekken. Bovendien biedt het een duidelijke en gestructureerde manier om de belangrijkste punten van het gesprek vast te leggen en te communiceren, waardoor het geschikt is om te delen met potentiële opdrachtgevers en intern binnen het BOTSAUTO-team.

