



**DOMINIK MESSIAEN**  
SPREKER/KEYNOTE SPEAKER

## HANDOUT EQUANS 3 MAART 2026

### Meer resultaat met slimme beïnvloedingstechnieken

Gebruik elke week één techniek. Oefen tot het vanzelf gaat. Voor je het beseft, blink je uit in elk verkoopgesprek.

### Mental Rehearsal: verbeelding werkt!

Je brein kan geen onderscheid maken tussen wat je je sterk inbeeldt en de werkelijkheid. Train daarom je brein zoals topsporters dat doen. Beeld je een verkoopsituatie in en voeg zoveel mogelijk detail toe. Zo lijkt de situatie voor je onderbewuste brein echt.

👉 **Quick Win:** stel je klantengesprek levendig voor. Hoor de vragen en bezwaren. Voel jouw rustige toon. Beeld je in welke opportuniteiten je ziet. Welke beïnvloedingstechnieken pas je toe? Voeg zoveel mogelijk detail toe zodat de ingebeelde situatie echt voelt.

### Frame shift: van beperking naar kracht

Beperkende gedachten als "we zijn de duurste" kleuren alles wat je communiceert en bepalen het resultaat van je gesprekken. Focus daarom op de meerwaarde van Equans: "Equans is een one-stop-shop die transities mogelijk maakt in 3 domeinen: op het gebied van energie, digitaal en industrieel. Daarenboven staan we door onze wereldwijde aanwezigheid dicht bij de klant en kunnen hierdoor een optimale service en ontzorging bieden."

### Agreement Frame: "Ja, én tegelijk..."

'Maar' veegt uit wat vooraf gaat. *Vervang daarom 'maar' door 'en tegelijk'.* Zo hou je het gesprek open en vriendelijk.

👉 **Quick Win:** 'Ik begrijp je standpunt en tegelijk...'

## Verliesframe: angst voor verlies

Mensen vermijden liever verlies dan dat ze winst najagen. Dit komt doordat verlies psychologisch dubbel zo zwaar weegt als winst. *Benadruk daarom wat klanten mislopen zonder jouw oplossing.*

👉 **Quick Win:** klant: 'Ik vind het duur om alle verlichting compleet te vervangen.' Jij: 'Ik begrijp dat de hele verlichting volledig veranderen een investering is en tegelijk leidt een gedeeltelijke oplossing mogelijk tot *nieuwe kosten in de toekomst.*'

👉 **Quick Win:** klant: 'We willen jullie inschakelen voor de relighting maar voor de rest werken we graag met onze vaste partners.' Jij: 'Ik begrijp dat het comfortabel en veilig voelt om met vertrouwde partners te werken, en tegelijk is het belangrijk dat je beseft wat de *risico's zijn van een gefragmenteerde aanpak.* Je loopt het risico dat je projecten door een versnipperde coördinatie vertraging oplopen en extra kosten opleveren door een gebrekkige operationele en energie-efficiëntie. Je riskeert ook minder flexibiliteit en een langere reactietijd.'

## Anchoring: bepaal het referentiepunt

Ons brein zoekt automatisch referentiepunten en vergelijkt wat volgt daarmee. *Start daarom in onderhandelingen met een hoog getal.* Alles wat volgt, wordt vergeleken met dat anker, ook als er geen logische link is met het tweede getal.

👉 **Quick Win:** 'Het totale project kost 1 miljoen euro en voor slechts 100.000 euro voorzien wij belichting die voldoet aan de strengste normen'. Dus vraag eerst naar de totaalprijs, herhaal die en noem dan pas jouw offerteprijs.

👉 **Quick Win:** 'De investering voor een herstelling inclusief complete waarborg bedraagt 100.000 euro. Voor de herstelling met beperkte waarborg betaalt u slechts 60.000 euro.' Bied altijd eerst de duurste optie aan.

👉 **Quick Win:** 'De investering voor de complete vervanging van de belichting op de drie sites bedraagt 250.000 euro. Wil je enkel de bestaande verlichting vervangen, dan komt het op 175.000 euro en als we enkel de bestaande apparatuur aanpassen zodat die werkt met LED's, dan komt het op 100.000 euro.'

## Priming: de eerste indruk zet de scène

Wat je eerst zegt of laat zien, kleurt hoe de klant daarna alles beleeft. Plant subtiel de juiste ideeën. Dit kan onder andere *visueel of via taal*.

👉 **Quick Win:** toon certificaten en awards zichtbaar op je website, op bedrijfswagens en in jullie gebouwen. Dit versterkt het vertrouwen. (sociale bewijskracht)

👉 **Quick Win:** zet aanbevelingen van andere klanten duidelijk zichtbaar op de website en in brochures. Mensen gaan af op het oordeel van anderen. (sociale bewijskracht)

👉 **Quick Win:** maak jullie *Unique Selling Points* direct zichtbaar in elk gesprek, in elke brochure en op de website. Jullie zijn dé one-stop-shop die transities mogelijk maakt op het vlak van energie, digitaal en industrieel. Door een centrale coördinatie vermijden jullie onnodige vertragingen en oplopende kosten. Als je later in het gesprek een bijkomende dienst aanbiedt, is je klant mentaal al voorbereid.

## Double Bind: jij kiest, ik stuur

Geef mensen een keuze waarbij *de verschillende opties leiden tot jouw doel*. Het voelt als vrijheid, maar stuurt richting actie.

👉 **Quick Win:** 'Willen jullie eerst inzetten op de digitale of de energietransitie? Bij ons kunnen beide ook tegelijk.' (de focus verschuift weg van prijs)

👉 **Quick Win:** 'Willen jullie een offerte voor enkel de herstelling of wil je een offerte met complete waarborg?' (vraag is niet óf ze een offerte willen, wél welke)

👉 **Quick Win:** 'Wil je een compleet nieuwe verlichting of wil je enkel de huidige apparatuur vervangen?' (vraag is niet of ze relighting willen, wel op welke manier)

## Op de hoogte blijven?

Volg me op [LinkedIn](#) ! Zo weet je het als eerste wanneer mijn boek wordt gepubliceerd. Dit staat gepland voor oktober 2026.

