GRATIS WHITEPAPER VOOR SALESKANDIDATEN

Sterker voorbereid op je salesinterview

Een praktische whitepaper met voorbeelden en werkbladen voor saleskandidaten

Je kunt een sollicitatiegesprek niet volledig sturen. Je kunt wél zorgen dat je begrijpt wat de werkgever nodig heeft, je ervaring helder kunt onderbouwen en zelf goede vragen stelt. Daarmee geef je jezelf een betere kans om passend werk te vinden, zonder jezelf anders voor te doen dan je bent.

Deze whitepaper helpt je van een losse voorbereiding naar een concreet gesprek. Je onderzoekt de rol, verzamelt bewijs uit je eigen werk, gebruikt een duidelijke gesprekstructuur en spreekt een vervolgstap af. Ook beoordeel je of de baan bij jouw ambities en manier van werken past.

Na het lezen heb je

- Een overzicht van de organisatie, de vacature en de vragen die nog openstaan.
- Een eigen verhaal, concrete STAR-voorbeelden en vijf inhoudelijke vragen om mee te nemen.
- Een aanpak voor een salescase, een praktische checklist en afspraken voor de evaluatie.

Gebruik de uitleg om je voor te bereiden. Vul de werkbladen in met je eigen feiten en neem de gesprekskaart mee. Oefen hardop, maar leer geen antwoorden uit je hoofd.

Neal van de Kamer

Recruitment Masters
neal@recruitment-masters.nl | 06 26 164 850

Gratis te downloaden

Voor starters en ervaren salesprofessionals. De adviezen ondersteunen je voorbereiding; zij zijn geen garantie op een aanbod.

01 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Begrijp eerst de baan

Een vacaturetitel zegt niet genoeg. Een accountmanager kan vooral bestaande klanten uitbouwen, terwijl dezelfde titel ergens anders vrijwel volledig om acquisitie draait. Bereid je voor op het werk dat je gaat doen en de context waarin je resultaat moet behalen.

Onderzoek de commerciële context

- Aanbod en klant. Wat verkoopt het bedrijf, aan wie en welk probleem helpt het oplossen? Bekijk de website, productpagina's en enkele klantverhalen.
- Verkoopproces. Lijkt de verkoop transactioneel of complex? Welke beslissers kunnen betrokken zijn? Markeer dit als een hypothese totdat je het hebt gevraagd.
- Groei en prioriteiten. Welke markten, producten of functies krijgen aandacht? Een nieuwe vacature kan op groei wijzen, maar ook op vervanging.
- Jouw opdracht. Gaat het om nieuwe klanten, uitbreiding, behoud, partners of een combinatie? Welke ondersteuning is er van marketing, presales en customer success?

Verbind de functie aan jouw ervaring

Kies de drie belangrijkste eisen uit de vacature. Schrijf per eis één relevante ervaring op. Heb je die ervaring nog niet, benoem dan wat overdraagbaar is en wat je nog moet leren. Een starter kan bewijs halen uit een bijbaan, studieproject, sportvereniging of vrijwilligerswerk. Maak de context altijd duidelijk.

Voorbeeld van een eerlijke verbinding "Ik heb nog geen complete enterpriseverkoop geleid. Ik heb wel meerdere belanghebbenden in een project op één lijn gebracht. Ik wil begrijpen welke begeleiding er in deze rol is bij complexe deals."

Scheid feiten van aannames

Maak in je notities drie kopjes: gezien, vermoed en nog vragen. "Op jullie site staan veel logistieke klanten" is een waarneming. "Jullie willen vast alleen nog in logistiek groeien" is een aanname. Vraag wat het bedrijf zelf prioriteit geeft.

De kern van de rol in mijn eigen woorden

_____

_____

Mijn belangrijkste open vraag over de opdracht

_____

Praktische tip: lees je cv en de versie van de vacature die jij hebt ontvangen naast elkaar. Zorg dat je jaartallen, functiewissels en eigen verantwoordelijkheden rustig kunt toelichten.

02 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Maak je ervaring controleerbaar

In sales klinkt “ik ben resultaatgericht” al snel algemeen. Laat zien wat je deed, waarom je daarvoor koos en wat er werkelijk uitkwam. Een recruiter of hiring manager moet kunnen volgen welke bijdrage van jou was en welke omstandigheden meespeelden.

Bouw een kleine voorraad voorbeelden op

- Een kans die je zelf ontwikkelde of een klantvraag die je goed doorgrondde.
- Een lastig bezwaar, een verloren deal of een target dat je niet haalde.
- Een samenwerking met marketing, presales, operations of customer success.
- Feedback die je kreeg en het gedrag dat je daarna veranderde.

Kies liever een paar voorbeelden die je goed kent dan tien succesverhalen die je niet kunt toelichten. Noteer ook de beperking: wat lag buiten jouw invloed, wie hielp je en wat zou je nu anders doen?

Geef cijfers hun context

Een omzetcijfer of targetpercentage wordt pas bruikbaar met een periode en een definitie. Ging het om jouw eigen target of een teamdoel? Nieuwe omzet, totale omzet of terugkerende contractwaarde? Welke klanten, markt en salescyclus hoorden daarbij? Noem bedragen alleen als je ze mag delen.

Veilige antwoordopbouw “In [periode] was mijn persoonlijke doel [doel]. Ik behaalde [werkelijk resultaat]. Mijn rol was [eigen bijdrage]. De belangrijkste context was [relevante omstandigheid].”

Kun je een getal niet meer onderbouwen, zeg dat. Gebruik een bandbreedte alleen als die eerlijk en toegestaan is, en benoem dat het een schatting is. Verzin geen percentage om een antwoord sterker te laten klinken. Een concreet kwalitatief resultaat kan ook nuttig zijn.

Bescherm informatie van anderen

Gebruik geen vertrouwelijke klantnamen, screenshots uit het CRM, contracten of interne prijslijsten. Anonimiseer voorbeelden en beschrijf het proces. Als je iets niet kunt delen, kun je zeggen: “De exacte klantgegevens zijn vertrouwelijk. Ik kan wel uitleggen hoe ik de besluitvorming heb aangepakt.”

Mijn sterkste voorbeeld met periode en eigen bijdrage

_____

_____

Wat ik kan onderbouwen en wat ik niet kan delen

_____

03 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Spreek de agenda samen af

Een goede opening geeft beide kanten ruimte. Het Sandler-principe van een up-front contract is een korte, wederzijdse afspraak over doel, beschikbare tijd, beide agenda's en de mogelijke uitkomst. Het is geen juridisch contract. Voor een sollicitatiegesprek kun je dit gebruiken als een rustige manier om verwachtingen te verduidelijken.

De vertaling hieronder is een praktische toepassing van Recruitment Masters op interviews. Je neemt het gesprek niet over: sluit aan op de interviewer en respecteer een vaste interviewopzet.

Een opening die je natuurlijk kunt maken

"Fijn dat we kennismaken. We hebben volgens mij 45 minuten, klopt dat nog? Ik hoor graag wat voor jullie belangrijk is in deze rol en licht mijn ervaring toe. Zelf wil ik begrijpen welke commerciële uitdagingen er liggen en waar ik kan groeien. Zullen we aan het einde kort kijken of er van beide kanten een match is en wat een passende vervolgstap zou zijn? Wat willen jullie in elk geval bespreken?"

Wat je daarmee afstemt

- Doel. Kennismaken en onderzoeken of de rol en jouw ervaring bij elkaar passen.
- Tijd. Hoeveel tijd is er en wanneer moeten jullie afronden?
- Hun agenda. Welke vragen of onderdelen wil de interviewer behandelen?
- Jouw agenda. Welke informatie heb jij nodig om de baan te beoordelen?
- Uitkomst. Aan het einde bespreken jullie wederzijdse interesse, open vragen en het vervolg. Ook geen vervolg kan een eerlijke uitkomst zijn.

Pas de vorm aan de situatie aan

Begint de interviewer direct met een vaste agenda? Bevestig die en voeg kort toe wat jij graag wilt weten. Bij een kort eerste telefoongesprek volstaat een zin: "Ik beantwoord graag je vragen. Is er aan het einde ook ruimte om kort naar de rol en het vervolg te kijken?"

Gebruik de structuur als geheugensteun. Een ingestudeerd verkooptrucje kan afstand creëren. Het doel is duidelijkheid en een gelijkwaardig gesprek, geen druk om direct een besluit te nemen.

Bron bij het Sandler-principe: Sandler UK over up-front contracts

Neem vijf goede vragen mee

Schrijf vooraf vijf concrete vragen op in een notitieboek of op je laptop. Je hoeft ze niet allemaal letterlijk te stellen. Vink af wat al is beantwoord en kies vervolgvragen op basis van wat je hoort. Zo laat je voorbereiding zien én blijf je in gesprek.

1 Welke commerciële uitdaging moet deze nieuwe collega helpen oplossen?

Vraag door op wat nu lastig is. Bijvoorbeeld: “Waar in het verkoopproces merken jullie dat het meest?” Je ontdekt zo de opdracht achter de vacature.

2 Waaraan zien jullie na drie en na zes maanden dat iemand goed op weg is?

Vraag welke resultaten en welk gedrag tellen, hoe de inwerkperiode eruitziet en welke uitgangssituatie je krijgt. Zo voorkom je dat “snel impact maken” onduidelijk blijft.

3 Waar zien jullie de grootste groeikans en wat houdt die groei nu tegen?

Verken bijvoorbeeld een marktsegment, product, klantgroep of bestaande accounts. Vraag wat al is geprobeerd voordat je met oplossingen komt.

4 Welke begeleiding en ontwikkelmogelijkheden horen bij deze rol?

Vraag naar concrete voorbeelden van coaching, feedback en doorgroei. “Hoe helpt de leidinggevende iemand die vastloopt in een deal?” geeft vaak meer informatie dan alleen “Is er training?”

5 Wat willen jullie nog van mij zien om een volgende stap te kunnen bepalen?

Vraag aansluitend naar het proces, wie betrokken is en wanneer jullie evalueren. Dit is een uitnodiging om onduidelijkheid weg te nemen, geen poging om een toezegging af te dwingen.

Luister naar het antwoord achter je vraag

Laat de ander uitpraten. Noteer enkele kernwoorden en vat samen: “Als ik het goed begrijp, ligt de prioriteit bij nieuwe klanten in dit segment, maar moet de overdracht naar operations ook beter. Klopt dat?” Vraag daarna om een voorbeeld of verduidelijking. Trek niet direct een conclusie uit één uitspraak.

Met een laptop Vraag of het prettig is als je kort aantekeningen maakt. Zet meldingen uit, houd het scherm laag en maak oogcontact. Gebruik geen opname of automatische transcriptie zonder voorafgaande toestemming. Met papier heb je meestal minder afleiding.

05 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Bereid je persoonlijke verhaal voor

Veel interviewvragen zijn herkenbaar. Een sterk antwoord past bij deze functie en bevat echte voorbeelden. Begin met de kern, geef relevante toelichting en laat ruimte voor een vervolgvraag. Oefen een korte versie van ongeveer één minuut; ga alleen uitgebreider in op wat de interviewer nodig heeft.

Vertel eens iets over jezelf

Kies een logische lijn: wat je nu doet, welke ervaring relevant is en wat je zoekt. Je hoeft je hele cv niet opnieuw te vertellen. Eindig bij deze rol: waarom is juist deze stap logisch voor jou?

Invulstructuur “Ik werk nu als [rol] met [klantgroep of opdracht]. Daar heb ik vooral ervaring opgebouwd in [relevante activiteit]. Ik zoek een stap waarin ik [inhoudelijk doel]. Deze rol spreekt me aan omdat [concreet aanknopingspunt].”

Waarom wil je juist hier werken

Verbind één of twee onderzochte kenmerken van de organisatie aan je motivatie. Benoem wat je nog wilt toetsen. Alleen de bedrijfscultuur “leuk” noemen is minder concreet dan uitleggen welk product, type klant of verkoopproces bij je past.

Waarom wil je weg bij je huidige werkgever

Geef een eerlijk, zakelijk antwoord zonder collega’s of je werkgever af te vallen. Beschrijf wat je zoekt in je volgende stap en houd vertrouwelijke of persoonlijke details die niet nodig zijn buiten het gesprek. Een lastige periode mag je rustig toelichten.

Wat zijn je sterke punten en je ontwikkelpunten

Kies een sterk punt dat relevant is voor het werk en bewijs het met een situatie. Kies daarnaast een echt ontwikkelpunt, de actie die je neemt en wat je merkt. Maak van “perfectionisme” geen vermomd compliment als dat niet je werkelijke leerpunt is.

Waarom zouden we jou kiezen

Vat de behoefte van de werkgever samen en verbind daar maximaal drie relevante bijdragen aan. Benoem ook een realistische leervraag. Je hoeft niet te claimen dat je de beste kandidaat bent om helder te maken waar jij waarde kunt toevoegen.

Als je geen direct antwoord hebt

Neem kort de tijd. Vraag om verduidelijking als de vraag breed is. “Bedoel je een voorbeeld van acquisitie of van een bestaande klant?” is vaak beter dan een lang antwoord op de verkeerde vraag. Heb je iets niet gedaan, zeg dat en leg uit hoe je zou leren of handelen.

Maak je commerciële aanpak zichtbaar

Bij een salesinterview gaat het ook om hoe je denkt en werkt. Laat je keuzes zien. Een methode noemen is onvoldoende als je niet kunt uitleggen hoe je die in een echt gesprek gebruikte.

Hoe bouw jij nieuwe pipeline op

Beschrijf hoe je een doelgroep kiest, relevante accounts onderzoekt, contact zoekt en opvolgt. Vertel hoe je bepaalt of een kans verder onderzoek verdient. Maak onderscheid tussen activiteit, zoals belpogingen, en resultaat, zoals een gekwalificeerde afspraak. Gebruik alleen echte eigen cijfers.

Hoe ga je om met een prijsbezwaar

Onderzoek eerst wat de ander bedoelt: is het beschikbare budget, de verwachte waarde, een vergelijking of een risico? Laat zien dat je kunt doorvragen en samenvatten voordat je een korting of oplossing aanbiedt. Geef een voorbeeld dat je zelf hebt meegemaakt.

Vertel over een gewonnen én een verloren deal

Leg uit wat de klant wilde bereiken, wie bij de keuze betrokken was en welke rol jij had. Bespreek bij verlies wat je eerder had kunnen ontdekken. “De klant begreep ons niet” laat weinig reflectie zien. Een concreet leerpunt maakt je antwoord nuttiger.

Wat doe je als je achterloopt op target

Maak onderscheid tussen diagnose en actie. Welke fase of conversie loopt achter, hoe betrouwbaar is je forecast en wat kun je beïnvloeden? Vertel welke prioriteit je koos, hoe je je manager betrok en wat het echte resultaat was. Maak achteraf geen succes van een doel dat niet is gehaald.

Hoe werk je met je CRM en met andere teams

Beschrijf welke informatie je bijhoudt en waarom een collega die nodig heeft. Denk aan klantdoelen, besluitvorming, risico’s en een afgesproken volgende stap. Geef een voorbeeld van een overdracht of verschil van inzicht dat je samen hebt opgelost.

Wat verwacht je qua salaris en variabele beloning

Bereid je voorkeur en vragen voor. Vraag naar vast salaris, de opbouw van het variabele deel, target, inwerkperiode, voorwaarden en uitbetalingsmomenten. Laat een genoemd totaalbedrag uitsplitsen en zorg dat je de regeling begrijpt voordat je toezegt.

Bij een rollenspel Vraag eerst wie de klant is, in welke fase het gesprek zit en wat de oefening beoordeelt. Start met vragen en luisteren. Een goed rollenspel hoeft niet altijd met een verkoop te eindigen; een heldere kwalificatie en passende vervolgstap kunnen ook relevant zijn.

07 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Onderbouw antwoorden met STAR

STAR helpt je een ervaring in een begrijpelijke volgorde te vertellen. Het staat voor Situatie, Taak, Actie en Resultaat. Gebruik het vooral bij vragen als “Vertel over een moment waarop…” of “Geef een voorbeeld van…”. Houd de context kort en besteed de meeste aandacht aan wat jij deed en wat daarvan kwam.

Situatie Wat speelde er, bij welk soort klant of team, en waarom was dat relevant? Geef alleen de context die nodig is om jouw aanpak te begrijpen.

Taak Wat moest jij bereiken en waarvoor was jij verantwoordelijk? Maak duidelijk wat jouw opdracht was, ook als het team een groter doel had.

Actie Wat deed jij concreet, in welke volgorde en waarom? Benoem je eigen keuzes. Zeg “ik” voor jouw bijdrage en “wij” als anderen het samen met je deden.

Resultaat Wat gebeurde er werkelijk? Noem een onderbouwd cijfer als dat beschikbaar en deelbaar is. Een duidelijke vervolgstap, een gestopt traject of een leerpunt kan ook een resultaat zijn.

Een herkenbaar salesvoorbeeld

Fictief oefenvoorbeeld. De situatie en uitkomst hieronder zijn bedacht om de structuur te laten zien. Ze zijn geen resultaat van een kandidaat, klant of Recruitment Masters.

Situatie “Een prospect had na een demo interesse, maar reageerde nauwelijks op de offerte. Mijn contactpersoon zei dat de oplossing goed leek; ik kende het interne besluitproces nog niet.”

Taak “Mijn taak was om te achterhalen of er een reële kans lag en welke volgende stap voor beide partijen zinvol was.”

Actie “Ik vroeg om een kort gesprek en controleerde eerst of de behoefte nog speelde. Daarna vroeg ik wie de investering beoordeelde en welke risico’s intern werden gezien. Toen bleek dat de implementatie vragen opriep, betrok ik met toestemming van de prospect een collega. Samen maakten we de open vragen concreet en spraken we af wie welke informatie zou aanleveren.”

Resultaat “Er kwam een vervolggesprek met de operationeel verantwoordelijke. Er was op dat moment nog geen order. Ik kon de kans wel realistischer beoordelen en leerde dat ik besluitvorming en implementatie eerder moest bespreken.”

Maak jouw eigen voorbeeld korter als de vraag weinig tijd vraagt. Laat details achterwege die niets zeggen over de vaardigheid waarnaar wordt gevraagd.

Bron bij de structuur: National Careers Service over de STAR-methode

08 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Werkblad voor jouw STAR voorbeeld

Gebruik dit blad voor een echt voorbeeld. Maak een tweede versie voor een teleurstelling of een moment waarop je feedback kreeg. Zo kun je ook laten zien hoe je leert.

Welke vraag of vaardigheid wil ik met dit voorbeeld beantwoorden

Situatie Wat speelde er en welke context is nodig

Taak Wat was mijn opdracht en verantwoordelijkheid

Actie Wat deed ik zelf en waarom koos ik daarvoor

Resultaat Wat kwam eruit en wat kan ik onderbouwen

Reflectie Wat heb ik geleerd en wat doe ik nu anders

Controle: is dit mijn eigen ervaring? Kloppen de feiten? Is mijn bijdrage zichtbaar? Kan ik doorvragen beantwoorden? Heb ik vertrouwelijke informatie weggelaten?

09 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Bereid een salescase met aandacht voor

Een salescase geeft de werkgever zicht op je aanpak. Vaak telt niet alleen je conclusie, maar ook hoe je vragen stelt, aannames maakt, keuzes uitlegt en omgaat met nieuwe informatie. Begin daarom bij de opdracht, niet meteen bij een mooie presentatie.

Verhelder eerst de beoordelingsvraag

Vraag naar doel, doelgroep, beschikbare informatie, verwachte lengte en tijd, presentatievorm en beoordelingscriteria. Mag je vooraf vragen stellen? Is het een prospectgesprek, accountplan, marktbenadering of businesscase? Check ook hoeveel voorbereiding redelijkerwijs wordt verwacht.

Werk van probleem naar voorstel

- Vat het klantprobleem en het gewenste resultaat samen. Laat zien welke feiten je hebt en welke informatie ontbreekt.
- Onderzoek doelgroep en betrokkenen. Wie gebruikt, beïnvloedt en beslist? Benoem onbekende partijen als aanname.
- Kies een aanpak en leg uit waarom. Vergelijk zo nodig twee opties en maak een beargumenteerde keuze.
- Onderbouw de haalbaarheid. Welke mensen, tijd, middelen en afhankelijkheden zijn nodig? Neem risico’s en open vragen mee.
- Sluit af met een concrete eerste stap en een evaluatiemoment. Hoe zou je toetsen of de aanpak werkt?

Wees zorgvuldig met de businesscase

Gebruik alleen cijfers uit de opdracht of betrouwbaar onderzoek. Ontbreken gegevens, maak je aannames zichtbaar. Laat bijvoorbeeld zien hoe opbrengst verandert bij een lagere conversie of langere salescyclus. Presenteer een scenario nooit als voorspeld resultaat. Je mag ook zeggen welke informatie je eerst nodig hebt om een verantwoord advies te geven.

Oefen het gesprek rond je presentatie

Oefen hardop met een timer en laat iemand kritische vragen stellen. Kun je je redenering uitleggen zonder je slides voor te lezen? Bewaar een pdf als reserve. Controleer de instructies rond AI en gebruik van hulpmiddelen; neem geen vertrouwelijke informatie op in een openbare tool. Jij blijft verantwoordelijk voor de inhoud.

Verder lezen Lees ook onze blog “Een salescase voorbereiden: zo laat je zien hoe je een verkoopgesprek voert”.

Zorg voor een passende eerste indruk

Je hoeft niet iemand anders te worden om professioneel over te komen. Verzorgd en passend verschijnen laat zien dat je de gelegenheid serieus neemt. Welke kleding past, verschilt per bedrijf, functie en gesprekspartner.

Bekijk de bedrijfscultuur en de context

Kijk op de bedrijfswebsite en naar recente beelden van het team. Let erop dat een teamuitje iets anders zegt dan een klantafspraak. Bij twijfel kun je je recruiter of contactpersoon vooraf vragen wat gebruikelijk is. Kies kleding waarin je je prettig voelt, die schoon en verzorgd is en past bij de rol waarvoor je komt.

Een pak is niet overal nodig. Heel informele kleding is ook niet automatisch passend omdat het bedrijf zich modern presenteert. De gelegenheid onderschatten kan een minder goede indruk geven, maar er is geen kledingstuk dat op zichzelf succes of afwijzing bepaalt. Wees jezelf én toon respect voor de setting.

Regel de praktische zaken vooraf

- Controleer adres, contactpersoon, reistijd, parkeren en de manier waarop je je meldt. Plan wat extra reistijd en neem een telefoonnummer mee voor vertraging.
- Bij een videogesprek: test camera, microfoon, internet en de juiste link. Kies een rustige plek, goed licht en een achtergrond die niet afleidt.
- Leg je cv, vacature, vragen, notities en eventuele case klaar. Neem een pen, opgeladen laptop en alleen relevante documenten mee.
- Zet meldingen uit. Sluit privéberichten en vertrouwelijke tabbladen voordat je eventueel je scherm deelt.

Maak ruimte voor aandacht

Lees vlak voor het gesprek je kernpunten, niet twintig nieuwe artikelen. Leg je telefoon weg en richt je op de persoon tegenover je. Het hoeft niet foutloos te gaan. Een vraag opnieuw formuleren, even nadenken of een verspreking herstellen kan heel normaal.

Als je iets nodig hebt Vraag op tijd om praktische aanpassingen die jou helpen deelnemen. Benoem wat je nodig hebt zonder meer persoonlijke informatie te delen dan je wilt. Denk aan toegankelijkheid, een pauze of duidelijkheid over de vorm van een assessment.

Mijn kledingkeuze en praktische voorbereiding

Rond af met duidelijke afspraken

Laat het einde van het gesprek niet alleen bestaan uit “We houden contact”. Reserveer, als de agenda dat toelaat, een paar minuten voor een korte samenvatting, wederzijdse feedback en het vervolg. De werkgever kan tijd nodig hebben om kandidaten te vergelijken; duidelijkheid vragen is iets anders dan een direct besluit eisen.

Vat samen en controleer je begrip

“Ik hoor dat jullie vooral iemand zoeken die nieuwe accounts ontwikkelt en goed samenwerkt met customer success. Mijn ervaring met [echt voorbeeld] sluit daarbij aan. Ik wil nog beter begrijpen hoe de eerste maanden worden begeleid. Heb ik de belangrijkste punten goed samengevat?”

Nodig uit tot een open vraag

“Is er op basis van dit gesprek iets in mijn ervaring of aanpak waar jullie nog over twijfelen, of waar jullie meer toelichting op willen?” Luister rustig. Vraag om een voorbeeld als iets onduidelijk is. Geef een concreet antwoord als je dat hebt en beloof geen ervaring die je niet kunt waarmaken.

Maak de vervolgstap uitvoerbaar

- Wat volgt er: een tweede gesprek, case, terugkoppeling of geen vervolg?
- Wie doet wat en welke informatie moet nog worden aangeleverd?
- Wanneer verwachten jullie een besluit of evaluatie?
- Via welk kanaal en bij wie kun je terecht als die datum verschuift?

Je kunt zeggen: “Wanneer verwachten jullie intern te evalueren, en wanneer spreken wij elkaar over de uitkomst?” Is de planning nog niet bekend, vraag dan wanneer een korte check-in passend is.

Evalueer zelf voordat je reageert

Schrijf direct na afloop op wat je hebt geleerd, wat nog onduidelijk is en hoe de rol bij je past. Kijk naar inhoud, manager, ontwikkelruimte, targets, ondersteuning en praktische voorwaarden. Enthousiasme is waardevol, maar geen vervanging voor antwoorden op belangrijke vragen.

Korte opvolging in je eigen woorden “Dank voor het gesprek. De uitdaging rond [concreet onderwerp] spreekt me aan. Zoals besproken stuur ik [afgesproken informatie]. We hebben afgesproken dat [persoon] uiterlijk [datum] terugkoppelt over [volgende stap]. Ik hoor het graag als ik iets niet goed heb vastgelegd.”

Stuur alleen wat je hebt afgesproken. Is er geen reactie op het afgesproken moment, volg dan eenmaal vriendelijk op met een concrete vraag naar de planning.

12 VOORBEREIDING VOOR SALESKANDIDATEN

Jouw gesprekskaart

Vul dit blad in en neem het mee. Houd je notities kort, zodat je aandacht bij het gesprek blijft. Werk je digitaal, zet dan meldingen uit.

Organisatie en functie

Gesprekspartners en beschikbare tijd

Wat ik in dit gesprek wil begrijpen

Mijn relevantste ervaring om toe te lichten

Mijn vijf vragen

1 De belangrijkste commerciële uitdaging

---

2 Succes in de eerste drie en zes maanden

---

3 Groeikansen en belemmeringen

---

4 Begeleiding en ontwikkeling

---

5 Wederzijdse match en vervolgstap

Afspraken aan het einde

Actie en verantwoordelijke

Datum voor terugkoppeling of evaluatie

Controleer je voorbereiding

Vink deze lijst af op de dag vóór je gesprek. Je hoeft niet elk antwoord al te kennen. Wel moet je weten welke informatie je hebt, wat je wilt vertellen en wat je nog moet vragen.

- ☐ Ik kan in mijn eigen woorden uitleggen wat het bedrijf doet en voor welke klant.
- ☐ Ik begrijp de belangrijkste functie-eisen en heb mijn aannames apart genoteerd.
- ☐ Ik heb mijn cv, motivatie en eventuele overstappen rustig doorgenomen.
- ☐ Ik heb echte voorbeelden voorbereid, inclusief een tegenslag en een leerpunt.
- ☐ Mijn STAR-antwoorden bevatten situatie, taak, actie én resultaat.
- ☐ Ik kan mijn cijfers, periode en eigen bijdrage toelichten zonder vertrouwelijke details.
- ☐ Ik heb vijf inhoudelijke vragen opgeschreven en neem notities of mijn laptop mee.
- ☐ Ik heb een rustige opening voorbereid en laat ruimte voor hun agenda.
- ☐ Een eventuele salescase volgt de opdracht en maakt aannames zichtbaar.
- ☐ Mijn kleding, reis of videoverbinding en documenten zijn geregeld.
- ☐ Ik weet welke voorwaarden en ontwikkelmogelijkheden ik nog wil bespreken.
- ☐ Ik vraag aan het einde om een vervolgstap en een evaluatiemoment.

Bereid je voor en blijf jezelf

Een goed interview is een gesprek waarin beide partijen beter kunnen kiezen. Je hoeft geen perfect verhaal te spelen. Laat zien dat je je hebt verdiept, eerlijk over je ervaring kunt praten, vragen durft te stellen en met aandacht luistert.

Vragen over jouw volgende stap

Neem contact op met Neal van de Kamer van Recruitment Masters. Bespreek je achtergrond, wat je zoekt en welke vragen je wilt uitwerken voor je volgende salesinterview.

neal@recruitment-masters.nl

06 26 164 850 | Recruitment Masters

Deze gratis whitepaper is een zelfstandige praktische gids van Recruitment Masters. Sandler is een bestaande verkoopmethodiek; de toepassing op sollicitatiegesprekken in deze gids is geen officiële Sandler-certificering. STAR verwijst naar de gebruikelijke antwoordstructuur. Bronnen bij beide begrippen staan op de betreffende pagina's.