

# GEEF INKOPERS PRECIES WAT ZE VRAGEN IN EUROPESE AANBESTEDINGEN!

*Europese aanbestedingen vallen niet meer weg te denken uit het dagelijks leven van de salesmedewerker. De ene na de andere aanbesteding wordt via gespecialiseerde websites op ons afgestuurd. En dus moeten we er iets mee, want ook de concurrent schrijft in op aanbestedingen en de overheid is als klant toch te lucratief om zo maar te laten lopen. Maar hoe ga je om met zo'n groot aanbestedingsdocument, vaak aangevuld met allerlei bijlagen en veel lastige, verzochte vragen die een normaal mens nooit zou stellen? Als verkopers hebben we de neiging teveel aan te bieden om er maar zeker van te zijn niets gemist te hebben in de offerte.*



Er is een aantal simpele basisregels die het omgaan met aanbestedingen een stuk eenvoudiger maken en de winkans ook nog eens sterk vergroten. Hieronder volgen tien praktijktips.

## TIP 1:

### WEES VOORBEREID OP AL DIE STAPELS DOCUMENTEN!

Aanbestedingen, tenders, overheidsinkooptrajecten of hoe we ze ook noemen, zijn in grote lijn van opbouw altijd hetzelfde. Dit komt door de regelgeving die bepaalde elementen van de aanbesteding verplicht stelt en daarnaast door de gewoonte van inkopers om aanbestedingen in een vast stramien uit te schrijven. Zo zul je altijd een vraag om een attest van de Kamer van Koophandel terugvinden, een vraag om enkele referenties te kunnen laten zien en wat vragen om financiële kengetallen, zoals recente omzetgegevens en ratio's. Ook personeelsgegevens zoals verloop en aantallen medewerkers, en de vraag te verklaren dat je niet betrokken bent bij allerlei duistere zaken, zijn klassiekertjes onder de standaardvragen. Deze zaken zijn eenvoudig te verzamelen en op te slaan, zodat je, als ernaar wordt gevraagd, deze vragen snel kunt beantwoorden. Creëer een bestand met deze frequent terugkerende antwoorden en je hebt ze snel paraat.

## TIP 2:

### SLA ANTWOORDEN ALVAST OP!

'Verkopen is leuk, maar ze moeten niet steeds weer al die lastige schriftelijke vragen stellen' en 'Ik ben geen boekhouder', zijn veelgehoorde opmerkingen over de ellenlange vragenlijsten die aanbestedende diensten over de sales uitstorten.

Oftewel: een gek kan meer vragen... Naast de onder tip 1 beschreven standaardvragen, staat in een aanbesteding ook altijd een aantal vragen dat met ja of nee moet worden beantwoord. Daarnaast wordt een aantal open vragen gesteld waarin je de kwaliteiten en eigenschappen van je product of dienst kwijt kunt. Zorg dat je in maximaal tien regels hebt opgeschreven wat je verkoopt of aanbiedt en welke services daarbij horen, dan kan je dit snel in je tekst plakken.

De ja/nee vragen vallen in de categorie knock-out: je vult daarom altijd 'ja' in, ongeacht de vraag, anders lig je eruit. Neem je dan een groot risico? Welnee, meestal zijn de vragen acceptabel voor je business, zo leert de ervaring. Zijn ze dat echt niet, dan is er altijd wel een andere ontsnappingsmogelijkheid door elders in de tekst een voorbehoud te maken in je reactie op de open vragen.



### TIP 3:

#### **VRAAG OM TERUGKOPPELING!**

Inkopers moeten je ergens op kunnen selecteren en stellen daarom open vragen. Afhankelijk van het antwoord wordt bepaald hoeveel punten je voor een antwoord krijgt. Hoe meer punten, hoe meer kans om te winnen. Een open deur? Toch niet! Hoeveel verkopers leggen een lijstje aan van succesvolle antwoorden waar ze veel punten op scoorden in vorige trajecten? Veel te weinig. Een verloren aanbesteding is immers voorbij en daardoor niet meer interessant? Niets is minder waar. Ga zowel bij een gewonnen als een verloren traject praten met de aanbestedende dienst en vraag hen het hemd van het lijf: wat was een goed antwoord, wat niet, wat heeft je concurrent dan beter gedaan? En waarom? Kunnen zij voorbeelden daarvan geven? Luister en leer van je tegenstanders. Sla de goede antwoorden op als standaardinput voor een volgende aanbesteding en verbeter antwoorden die niet zo in de smaak vielen. Dit bespaart je een hoop tijd en moeite.

### TIP 4:

#### **GEEF WÉL ANTWOORD OP DÉ VRAAG!**

In het algemeen weten inkopers ook niet alles van alle producten en diensten. Als je per jaar honderden uiteenlopende diensten en

producten inkoop, is dat ook onmogelijk. Dus moet je als verkoper de inkoper helpen om jou te kiezen. Je hebt bij aanbestedingen alleen je pen als wapen en met dat wapen moet je meteen raak schieten, want anders lig je voor een jaar of vier, vijf buiten de boot.

Aan open vragen worden punten toegekend, hetgeen de inkoper in zijn vraagstelling vooraf al moet aangeven. Dat betekent dat je precies kan zien hoeveel punten je ergens voor gaat krijgen. Maak aan de hand daarvan een opsomming van wat zeker in je antwoord terug moet komen. Geef in ieder geval precies antwoord op die vragen: als er drie eigenschappen worden gevraagd, geef je er precies drie, geen twee of vier. Werk ook alle in de vraagstelling genoemde aandachtspunten, één voor één af. Dan krijg je daar in ieder geval punten voor. Dat moet, want je hebt antwoord op de vraag gegeven.

### TIP 5:

#### **WEES ZAKELIJK EN TO THE POINT!**

Inkopers krijgen zoveel te lezen dat ze dat zoveel mogelijk willen beperken tot het hoognodige. Dus moet er geschrapt worden in je veel te lange antwoord. Om de weinige ruimte optimaal te benutten, verdeel je deze alvast in kopjes. Elk kopje is een aandachtspunt dat de vragensteller in ieder geval terug zal

willen zien in jouw antwoord. Vervolgens schrijf je per punt de belangrijkste eigenschappen zo op dat je per kopje ongeveer evenveel regels gebruikt voor uitleg en geef je ook telkens minimaal 1 klantvoordeel. Dan heb je antwoord op de vraag gegeven. Minimalistisch? Helemaal niet, je krijgt punten voor het antwoord op de vraag. Dus geef je het gewenste antwoord, niet meer of minder. Heb je toch nog ruimte over om wat toe te voegen? Pas dan heb je ruimte voor wat cross- en upselling: 'naast bovenstaande kunnen wij ook nog...'. Niet eerder.

#### TIP 6:

##### STEL WEL VRAGEN AAN DE INKOPER!

In iedere Europese aanbesteding zit de mogelijkheid om vragen te stellen aan de inkoopende dienst. Dat kan in een vragenronde. Er is altijd een mogelijkheid om verduidelijking te vragen aan de inkoper. Het antwoordlijstje dat naar aanleiding van je vragen wordt gepubliceerd door de inkoper is de zogenoemde nota van inlichtingen. Hierin worden je vragen geanonimiseerd beantwoord. Neem het document van de aanbestedende dienst grondig door. Niet alleen met commerciële mensen, maar ook met de specialisten die het straks uit moeten gaan voeren, met juridische zaken, kortom met iedere partij binnen je organisatie die met het betreffende traject van doen heeft. Zorg ervoor dat je echt alles aan de inkoper vraagt wat je wilt weten of niet duidelijk vindt. De bekende uitspraak dat er geen domme vragen bestaan, geldt hier eens te meer.

Vermijd het stellen van vragen waarop alleen met ja of nee geantwoord kan worden, tenzij dat de bedoeling is. Stel ze dus open, 'hoe ziet u, waarom wilt u, kunt u dat uitgebreid toelichten,...' Vraag ook om een alternatief: 'als u dit niet toestaat, welke alternatieve oplossing stelt u dan voor om dit te regelen'? Als de reactietijd van de inkoper te lang is en de deadline al in zicht komt, vraag dan aan de aanbestedende dienst of ze de deadline willen uitstellen met bijvoorbeeld een week. Vraag of de antwoorden al eerder gepubliceerd kunnen worden. Een beetje redelijke inkoper zal dit zeker honoreren. In de tussentijd kan jij aan de slag met de zaken die wel duidelijk zijn en verlies je geen tijd met wachten.

#### TIP 7:

##### VISUALISEER!

Ellenlange lappen tekst maken een boodschap ontoegankelijk. Om dit te vermijden, zijn er een paar simpele handvatten. Een voorbeeld: een afbeelding van een lekkere taart werkt vele malen beter dan de meest uitgebreide beschrijving waarom die taart zo lekker is. Visualiseer daarom en verwerk plaatjes in je tekst, van gebruikers van je product of van een onderwerp dat gerelateerd is aan je tekst. Dit breekt je tekst en maakt deze aantrekkelijker om te lezen. Stel het aantal regels dat je in een stukje tekst gebruikt op maximaal tien. Verwerk na iedere tien regels een afbeelding en voeg een regel uitleg toe over wat de afbeelding betekent. Hiermee leg je verband tussen tekst en afbeelding en dat vergroot de kracht van je boodschap nog meer.

#### TIP 8:

##### VAT TEKST SAMEN IN EEN SCHEMA!

Een andersoortig plaatje is het schema. Dit is een prima manier om tekst te visualiseren en begrijpelijk te maken. Je kunt in je tekst nog zo helder je tienstappenplan omschrijven, als je er een stroomschema van maakt met pijltjes, zegt dat meer dan al je woorden. Het geeft aan dat je begrijpt wat je aanbiedt en het straalt zelfverzekerdheid uit. Dit geeft de inkoper het gevoel dat hij veilig en vertrouwd met jou in zee kan gaan en dit levert de nodige goodwill op om net dat extra puntje te krijgen dat je nodig hebt om te winnen. Laat daarom zien wat je bedoelt!

#### TIP 9:

##### HOU JE AAN DE AFSPRAKEN!

Het houdt een keer op met de beantwoordingstijd. Bij Europese aanbestedingen geldt in het algemeen een doorlooptijd van maximaal 8 weken en dan moet de beantwoording bij de inkoper op het bureau liggen. Omdat de deadline een gegeven is, kan je er maar beter zo handig mogelijk mee omgaan. En dat betekent niet alleen dat je de beantwoording klaar moet hebben, maar ook dat je alles geprint, gebrand en in mappen gestopt moet hebben. De partij die de aanbesteding heeft uitgeschreven, geeft meestal aan wat de volgorde van de documenten in het mapje moet zijn en wat er achter welke tab verwerkt moet zijn. Ook hiervoor geldt: houd je eraan en doe precies wat er wordt gevraagd. Omdat je huiswerk ook gelezen moet worden, wil je graag een goede indruk maken. Dat betekent schone mappen, mooi papier en een beknopte vlot leesbare begeleidende brief.

#### TIP 10:

##### BRENG ZELF HET PAKJE WEG!

Een inleverdeadline is ook inderdaad een inleverdeadline. Wees op tijd, want 1 seconde te laat betekent letterlijk uitsluiting van de procedure en dat is jammer van alle bloed, zweet, tranen en pizza's die de beantwoording heeft gekost. Breng zelf de doos met de beantwoording naar je klant en stuur geen koerier. Ook deze account is zo belangrijk dat je het niet aan een ander overlaat. Meestal moet je de spullen inleveren bij de portier, maar je wilt iedere kans benutten, hoe klein ook, om de inkoper even de hand te schudden. Het kan net dat puntje extra goodwill opleveren dat je nodig hebt.

##### TOT SLOT

Aanbestedingssucces zit 'm vooral in goed lezen, nalezen, exact antwoord geven op de vraag en je aan de afspraken houden. Moeilijk is het niet, het vergt alleen wat nauwkeurigheid. Succes met de beantwoording!

Auteur: drs. Alexander Mok  
Bull Nederland N.V.  
alexander.mok@bull.nl